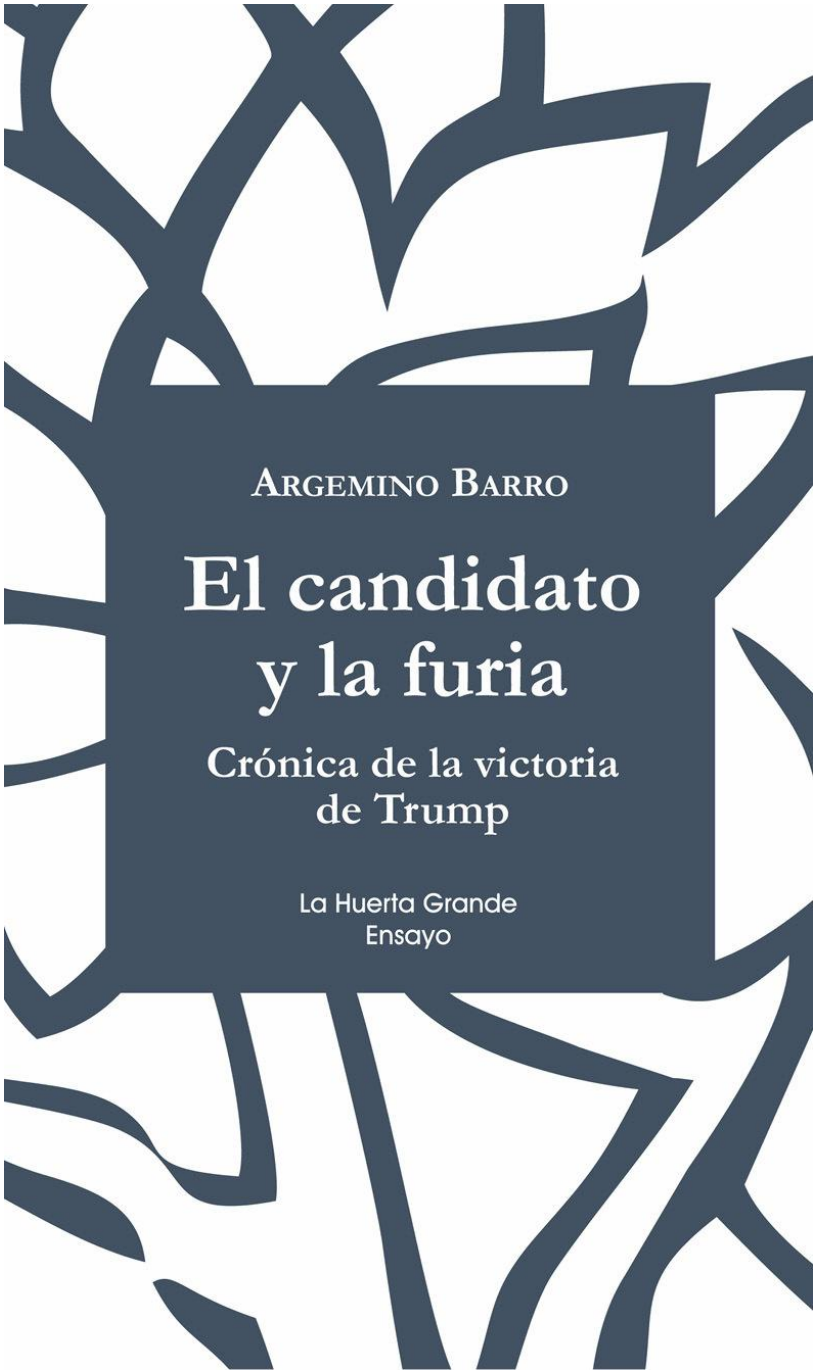


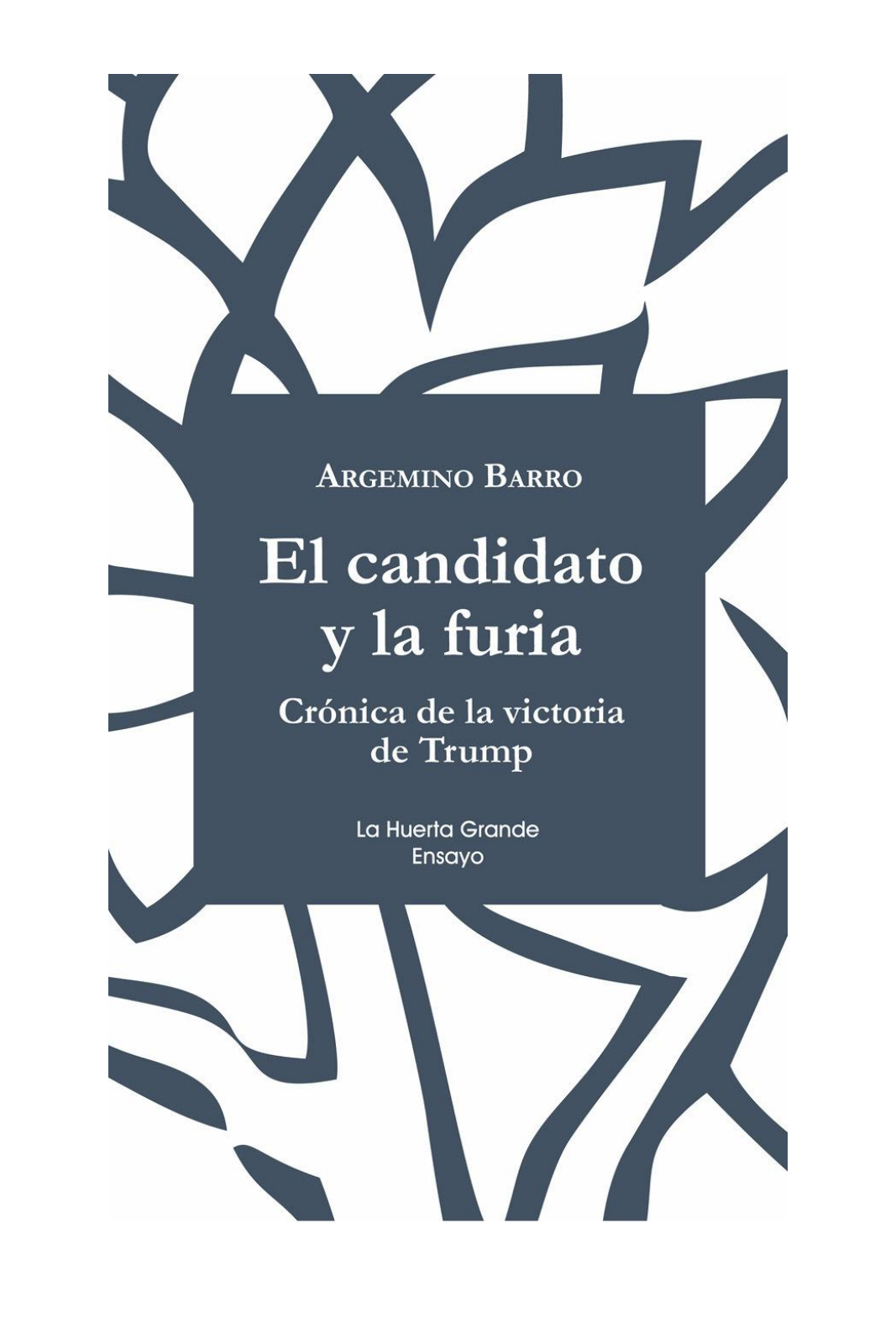


ARGEMINO BARRO

El candidato y la furia

Crónica de la victoria
de Trump

La Huerta Grande
Ensayo



ARGEMINO BARRO

El candidato y la furia

Crónica de la victoria
de Trump

La Huerta Grande
Ensayo

El candidato y la furia

COLECCIÓN DE ENSAYO

La Huerta Grande

Argemino Barro

EL CANDIDATO Y LA FURIA

**CRÓNICA DE LA VICTORIA DE
DONALD TRUMP**



© De los textos: Argemino Barro

Madrid, mayo 2017

EDITA: La Huerta Grande Editorial

Serrano, 6 28001 Madrid

www.lahuertagrande.com

Reservados todos los derechos de esta edición

ISBN: 9788494666797

Diseño cubierta: Enrique García Puche para TresBien Comunicación

*A mis padres, Teté y Juan Luis,
y a mi hermano Juan*

Índice

EL CHAMÁN

«YO SERÉ VUESTRO CAMPEÓN»

TRUMP COUNTRY

ROJO SUR

LA DEMOCRACIA SE APAGA

«ESTAMOS EN LA FIESTA EQUIVOCADA»

REFERENCIAS

EL CHAMÁN

1

Hay que empezar por la descripción física. Mucha gente aconseja lo contrario: «No mencionéis su cabello o su piel naranja», dicen. «No lo banalicéis». Pero es que su casco refulgente y su cutis, que parece cubierto de arcilla, lo sitúan en otra dimensión. Como la voz del Padrino o la calva de Lex Luthor, son un ancla sensorial, una brecha en el paisaje.

Ahora mismo, el candidato, que acaba de entrar en la sala como un emperador, es una antena parabólica humana que recibe las emociones de todo el país. El odio, la frustración, la esperanza; las recibe y las devuelve en salvas de comentarios incendiarios, generando una espiral. La gente le odia más, y él odia de vuelta, o le ama, y él ama de vuelta, y esta dínamo crea energía de manera exponencial. Él lo sabe y maneja los ritmos. Cuando la atención del mundo se le escapa, da otro golpe y la recupera. Cuando la cuerda está a punto de romperse, relaja el tono y el mundo baja la guardia. No es como ver a un político. Los políticos se mueven en registros muy bien definidos. Hay cosas que un político, sea del partido que sea, no diría jamás. Pero este hombre sí. Este hombre no masajea la atención del votante, sino que la agarra, la golpea y le da la vuelta, y ya nada es lo mismo. Se establece un vínculo, una fuerte curiosidad, e incluso quienes lo odian o lo desprecian corren a la televisión cuando oyen su nombre.

Esta descarga diaria de frustración y de energía lo alimenta, o esa es la impresión. Al cutis se une la corbata, roja y ancha, pasional, casi chavista, como si una voluntad fogosa le quemase el pecho, y su pelo es un disparo de bengala. Dado que todos los elementos han sido realzados, el conjunto es una bombilla humana que se enciende y absorbe el oxígeno de la sala. Otros hablan de él como si fuera un zepelín en llamas, una bola de fuego destinada a estrellarse, pero que en realidad sigue subiendo. Medio país le lanza flechas, pero el

zepelín sube y sube, y ya casi domina el cielo.

2

La historia del aspirante empieza en el pueblo de Kallstadt, en el Palatinado alemán, una región dedicada al vino desde la época del Imperio romano. A los habitantes de esta localidad, hoy 1200, se les llama Brulljesmacher, que en dialecto comarcal significa «fanfarrón». A pesar de su tamaño, Kallstadt es una potencia vinícola y turística, un vecindario denso, amante de los clubes sociales, del chisme y del estómago de cerdo relleno. Una villa idílica en la que nacieron dos de las sagas empresariales más importantes de Estados Unidos: la dinastía Heinz y la dinastía que fundaría un joven llamado Friedrich Trump.

Estamos en 1883 y Friedrich, al que llaman Fritz, vive con sus hermanos y su madre viuda en una casita blanca de tejado puntiagudo. Su padre, muerto a los cuarenta y ocho años de enfisema pulmonar, ha dejado una situación económica ruinosa, lastrada por las deudas médicas. Fritz no es lo suficientemente robusto para vendimiar y su familia lo envía a aprender peluquería a un pueblo vecino. Está allí dos años; cuando acaba, a los dieciséis, decide que merece algo más y una noche parte de incógnito a esa tierra de rumores y oportunidades, Estados Unidos, donde vive su hermana.

El mismo día que llega a Nueva York, Friedrich encuentra empleo en una barbería alemana. Trabaja seis años y con el dinero ahorrado se marcha a participar en la «fiebre del oro» de la Costa Oeste, que en ese momento se extiende hacia Canadá y Alaska. Los exploradores siguen río arriba el Yukon y arrastran víveres para resistir un año de condiciones imposibles, en la taiga, sobre el permafrost, a decenas de grados bajo cero. El núcleo regional de transporte y búsqueda de empleo es Seattle, y allí se coloca Friedrich. El alemán compra un restaurante en el «barrio rojo», donde proporciona comida, bebida y prostitutas a los mineros. Friedrich se cambia el nombre por Frederick, consigue la

ciudadanía americana y monta sucesivos negocios en la región. Los mineros rentabilizan el oro, él rentabiliza a los mineros, y poco a poco, a través del frío, el trabajo duro, el soborno, y un cuidadoso vadeo de las leyes, Frederick Trump se hace rico. En 1905, el emigrante vuelve a Kallstadt para casarse, pero al cabo de un tiempo las autoridades alemanas le acusan de haber abandonado su país para esquivar el servicio militar, y Frederick retorna definitivamente a Estados Unidos. Es en Queens, en Nueva York, donde compra bienes inmobiliarios y echa las raíces del clan. En 1918, a los cuarenta y nueve años, Frederick muere víctima de la «gripe española».

El patriarca de los Trump deja casi medio millón de dólares de herencia, en estándares contemporáneos. Su viuda y su hijo mayor, Fred Trump, crean una empresa inmobiliaria, E. Trump & Son, que en 1923 construye y vende la primera de muchas casas. La compañía produce chalés, supermercados durante la Gran Depresión y viviendas para los oficiales de Marina durante la Segunda Guerra Mundial. Después, el boom. Fred Trump llega a construir unos 27 000 pisos para la creciente población de Queens, Brooklyn y Staten Island.

Fred, de ojos helados bajo dos matorrales y un bigote salvaje, es un hombre tenaz, tacaño y astuto; un adicto al trabajo. Se presenta como defensor de la clase media y extiende el bulo de que proviene de una familia sueca, quizás para evitar acritudes, en época de guerra, con la creciente comunidad judía. Fred trabaja siete días a la semana y los sábados y domingos se lleva a sus hijos a la oficina, o a recorrer las zonas de construcción, a revisar el ensamblaje de las ventanas, a recoger los tornillos del suelo para que no se desperdicien. Espera que aprendan «por ósmosis», viéndole trabajar, y les inculca la visión de un mundo que se divide en dos categorías de personas: killers (gente que gana brutalmente) y perdedores. Igual que su padre, Fred pelea milímetro a milímetro y no duda en forzar la ley. En 1954 el Senado lo investiga por soborno y por inflar los gastos de construcción para obtener mayores préstamos públicos y embolsarse la diferencia.

Fred tiene cinco hijos. La tradición dice que el mayor, Freddy, le sucederá algún día al frente de la empresa familiar. Freddy es un

joven guapo y vivaracho, de buen corazón, que fuma y bebe y gusta de imitar a actores famosos. Conduce un Corvette y pilota una lancha. Tiene amigos judíos y novias italianas, y los invita a beber cerveza en las dependencias de la empresa de su padre. Este, el patriarca ceñudo, se impacienta. Le abronca por comprar ventanas nuevas en lugar de reparar las viejas, y deposita en él toda la presión del sueño dinástico. Freddy abandona y cambia de profesión; se hace piloto comercial.

Su marcha abre la puerta al segundo hijo, Donald, ocho años más joven. De pelo rubio flotante, boca redonda y cejas expansivas como su carácter, Donald es el diablo de Jamaica Estates, en Queens. Un niño rico deslenguado con chófer, Cadillac y televisión en color. En su colegio lo castigan tantas veces que la palabra castigo es reemplazada por sus iniciales, dt. Con doce años se escapa en secreto a Manhattan para hacer travesuras; cuando se entera, su padre lo interna en una escuela militar. El adolescente «Donny» acaba siendo disciplinado: saca buenas notas, lidera un grupo de cadetes y destaca en fútbol americano, pero no deja de imponer su voluntad en los dormitorios. Donald es el jefe y quien proteste es golpeado o llevado al borde del abismo de una ventana. El joven estudia Economía y Sector Inmobiliario en la Wharton School de la Universidad de Pensilvania y se libra, varias veces, con certificados médicos, del servicio militar que le habría enviado a Vietnam. Al graduarse, canaliza su energía hacia el negocio familiar y toma las riendas en 1971.

Donald es una combinación letal de sus padres; tiene la ambición devoradora de Fred, la obsesión por el detalle y la inclinación a bordear la ley para progresar en un mundo que ve como una jungla. Su madre, Mary Anne MacLeod Trump, inmigrante escocesa de familia de pescadores, le pasa el carácter sociable, el instinto dramático y las ganas de llamar la atención. Donald se convierte en el favorito del padre. Su estrella asciende mientras la de su hermano mayor decae. Freddy Trump acaba muriendo de alcoholismo en 1981, con cuarenta y tres años. Su muerte confirma a Donald como heredero principal y como abstemio: jamás fumará, ni beberá, ni tomará café.

Su padre ha conquistado los barrios humildes de Nueva York y a

Donald Trump le obsesiona Manhattan. En 1978 renueva el Hotel Hyatt, junto a la estación de Grand Central. La idea, que reproduce con los años, es comprar pedazos de las barriadas interiores de la ciudad, inseguras y pobres, y convertirlas en zonas lujosas. A los treinta y dos años Donald Trump acuerda construirse un monolito en plena Quinta Avenida. Igual que su abuelo y su padre, Donald tuerce las leyes: utiliza doscientos obreros polacos indocumentados que trabajan día y noche, cobran cinco dólares la hora, no usan casco de seguridad y duermen en las obras. El resultado es un bicho babilónico de sesenta y ocho plantas levantado sobre los restos de la tienda de lujo Bonwit Teller. La Torre Trump encarna la inmensa ambición de su creador: acaba en forma de sierra, como si quisiera escarbar un hueco en el cielo; tiene reflejos dorados, un vestíbulo enorme de mármol rosa, cascadas y jardines derramados. Los productos que el magnate desarrollará con los años, desde libros a jerséis, vino o pelotas de golf, se exponen hoy a la entrada, y el apartamento más grandioso es el suyo: un triplex decorado como el Palacio de Versalles, con puertas dobles de oro y diamantes, columnas de mármol, estatuas, vasos griegos, retratos familiares y Apolo cruzando el cielo en su carro guiado por Aurora.

Donald Trump está en sintonía con la época. Las economías de Europa y Japón, reconstruidas tras la guerra, se han consolidado, y aumenta la competencia de su tecnología y sus manufacturas. También estalla la crisis del petróleo, suben los precios, y Estados Unidos nota los primeros desafíos de la globalización. Ya no puede mantener el confort económico de los años cincuenta y sesenta, y el sistema se reequilibra. La retracción del Gobierno deja margen al empresario con olfato para la oportunidad y el coste, que empuja, descarta, potencia, y corte a corte, acuerdo a acuerdo, da un puntapié a la economía. Donald Trump intenta con todas sus fuerzas encarnar este modelo de comportamiento sin escrúpulos. Paralelamente a la construcción o renovación de hoteles y viviendas de lujo, siempre con su marca dorada, «Trump», en el frontispicio, el magnate se vende sin descanso. Levanta a su alrededor un escenario de neón; quiere convencer al universo de que él siempre gana y siempre se lleva lo mejor, también en el terreno personal. Donald llena las portadas de la prensa rosa con romances reales o ficticios. Sale con muchos modelos, se casa con una de ellas, tiene tres hijos, y se convierte en el zar de la galaxia kitsch. Donald cierra

más acuerdos empresariales, que exagera para la prensa, y aparece en anuncios de coches, de relojes o de pizzas; en películas, revistas y series de televisión. Se vende con tanto ahínco que llega a hacerse pasar por su propio portavoz, un tal John Baron que nadie ha visto y que suena como él por teléfono; un portavoz que presume de los grandes acuerdos de Trump, de las cuatro novias que, se supone, tuvo a la vez, o del presunto romance que mantiene con la modelo italiana que le habría arrebatado a Mick Jagger. El constructor embiste, pero se refugia tras una muralla de abogados, un escudo burocrático erizado de pleitos: contra el Estado, contra otras corporaciones, contra pequeños empresarios. Trump, que llegaría a estar implicado en más de 3000 demandas, recibidas o interpuestas, publica un libro sobre el arte de negociar que se convierte en un superventas. En este libro, que escribe para él un periodista, habla de lo importante que es evocar imágenes de grandeza y éxito en la mente de los clientes y de aprender a manejar los medios de comunicación a través del sensacionalismo.

Con su cabellera larga por detrás, el mullet de los años ochenta, que data de los guerreros hunos, Donald Trump es omnipresente. Se ha convertido en alguien, o en algo, que todo el mundo conoce, pero que no tiene por qué respetar.

En realidad, el millonario nunca sale de una urna.

La élite neoyorquina lo desprecia, le llama «bufón» y lo ataca por representar la codicia y la vulgaridad ostentosa y hueca. El periodista Mark Singer, que acompañó durante meses a Donald Trump para escribir su perfil en *The New Yorker*, en 1996, afirma que Trump es la única persona que ha conocido sin «el rumor de un alma» [Singer 2016]. Un narcisista puro que jamás ha leído un libro y que tiene el déficit de atención de un bebé sobreexcitado; alguien que no siente nada en un momento de paz, al afeitarse por la mañana frente al espejo. Trump reconoce en una entrevista que no reflexiona sobre sí mismo; simplemente hace cosas, planea, construye, avanza. Sigue siendo un chico de Queens, de hablar llano, gustos gruesos y pendiente de lo que dicen de él. Un B & T, acrónimo en inglés de «puente y túnel»: la expresión neoyorquina snob que describe a quienes tienen que atravesar puentes y túneles para venir a Manhattan desde la periferia.

Otro biógrafo, Michael D'Antonio, dice que Trump se alimenta de atención. «Probablemente lo necesite más que el desayuno», declara [Avella y Maxwell 2015]. D'Antonio asegura que Donald Trump recibe cada mañana una selección con todas las menciones que hacen de él los periódicos y la televisión, sean positivas o negativas. «Donald se levanta muy temprano; a las seis o seis y media ya está mirando la selección de noticias de la noche anterior. Se lo preparan, por un lado para mantenerle al corriente de lo que el mundo dice de él, pero también para estimular su ego. Este es un tipo que durante mucho tiempo mantuvo cerca una colección de vídeos para verse a sí mismo teniendo éxito. Le mantiene activo y sostenido».

Pero la década se gasta, la codicia se modera, y los años noventa parecen dejar atrás a Donald Trump como a un resto arqueológico. Su marca pierde lustre: las portadas ya no se interesan por él y además se ha embarrado en los negocios. Entre 1991 y 1992 declara cuatro bancarrotas ligadas a la construcción de casinos en Atlantic City. Trump navega dos años de tempestades legales. Tiene que vender sus lujos, el avión, el superyate, un helicóptero. Pide dinero a su padre y decenas de contactos le dejan como ramas viejas que se caen del árbol. El empresario playboy toca fondo, pero contraataca. Experimenta un renacer en dos frentes: el frente real de cemento, inversiones y deudas, y el frente perceptivo del qué dirán. En la segunda mitad de la década ya está firmando otra vez el horizonte de Manhattan: construye en Wall Street, en Park Avenue y junto al Hudson. Su nombre de oro, a veces alquilado a otras firmas, brilla de nuevo. Trump se divorcia de su segunda mujer y recupera la atención de la prensa rosa con otra serie de amantes. Las portadas lo recogen posando igual que un boxeador; Donald Trump ha vuelto y golpea en otros territorios. El millonario adquiere parte de la empresa que organiza los concursos de mises. Poco a poco, su figura y su época vuelven a encajar. Si en los ochenta es la quinta esencia de millonario fastuoso, ahora encarna la telerrealidad. El magnate ya no se limita a cameos o entrevistas. Desde 2004, un Trump más grueso, cincuentón, maduro y consolidado, un patriarca de sienes plateadas y cara de tótem, dirige el programa *The Apprentice*, donde examina a concursantes que desean trabajar en su imperio inmobiliario. El empresario termina cada episodio sentado a la cabecera de una mesa rectangular. Su rostro flota en la penumbra y

su corbata refulge debajo. Los concursantes, inmóviles, parecen aguardar su destino sobre el cadalso. Trump los repasa con la mirada, elige a uno, critica su gestión y sentencia: «Estás despedido».

En esta vorágine de productos Trump, de hoteles y campos de golf en Europa y Asia, de filetes, de pelotas de tenis, de entrevistas radiofónicas sobre sus prácticas sexuales, de pleitos, conflictos, platós de televisión, concursos y combates de lucha libre, burbujea una voluntad política. Una voluntad difuminada por sus donaciones a izquierda y derecha, por su conservadurismo aguado con posturas liberales y palabras bellas para los Clinton. Muchas veces le preguntan si quiere ser gobernador o presidente, y él dice que no, pero amaga. Se lo piensa en 1988, 2000 y 2012. Pese a los vaivenes de empresario que estrecha manos de todas las ideologías, Donald Trump tiene un corpus doctrinal. Él ve a su país como una inmensa empresa, que es, al final, el único elemento en el que se ha movido. Una empresa de la que otras empresas, es decir, otros países, se aprovechan, y que pierde terreno con acuerdos desventajosos fruto de la inercia y el torpor burocrático. Le obsesiona el ajuste de cuentas: que Estados Unidos paga tanto a Japón o a Arabia Saudí en armas, aunque no se lleva nada a cambio, o que tal tratado permite a China ganar dinero destruyendo empleos americanos. Es una visión transaccional que ignora los grandes moldes de política exterior. Estados Unidos, sobre el papel, protege una estabilidad global, una pax americana de capitalismo y democracia. Esta idea, según destilan las palabras de Trump, ha permitido que otras naciones se aprovechen y se defiendan a su costa, como si América fuese un padre indulgente y rico. Lo que tiene que hacer Washington, por tanto, es no tener miedo a reformular, a cortar amarras. Tiene que mirar más por sus intereses y menos por los intereses de otros. Tiene que obligar a cada país a correr con sus propios gastos y asegurarse de que las corporaciones nacionales emplean a los trabajadores de Ohio, no de China o el Punjab. Este magma de retórica dura y proteccionista no es nuevo en Estados Unidos. El concepto de «America First», que Trump no duda en abrazar, fue usado por quienes rechazaban el enfrentamiento de Estados Unidos con la Alemania nazi, y ha estado presente en el populismo norteamericano del siglo xx. El propio Trump exploró la idea de lanzar una campaña presidencial con el Partido de la

Reforma, creado por otro millonario antisistema, Ross Perot, candidato a la Casa Blanca en 1996.

Veinte años después de que Perot ganase un 8,4% de los votos, Donald Trump vuelve a encajar con el espíritu del tiempo, esta vez en política. El empresario huele una oportunidad y se abalanza como un lobo. En junio de 2015 anuncia su campaña presidencial con las ideas que adopta de la facción más conservadora del Partido Republicano. Promete levantar un muro en la frontera con México y hacer a América «grande de nuevo». Critica a los políticos por dedicarse únicamente a hablar y se presenta como alternativa: un rebelde autofinanciado, independiente, decidido a transformar su país con pulso hercúleo. También asegura que los mexicanos indocumentados «traen drogas, traen crimen, son violadores, y algunos, imagino, son buena gente».

Sus palabras le garantizan espacio en todas las televisiones. La cadena de tiendas más grande de Estados Unidos, Macy's, anuncia que ya no venderá la marca de ropa Trump por sus comentarios sobre los inmigrantes. El empresario responde pidiendo el boicot a Macy's. Y así nace la dinámica de las emociones. Desde entonces, el precandidato sigue un plan, un calendario. Cuando el insulto a los mejicanos se va quedando viejo, el magnate apunta hacia arriba: cuestiona el heroísmo del senador republicano John McCain, que pasó seis años prisionero en Hanoi. Que fue torturado y rechazó ser liberado porque otros compañeros iban antes que él. Días después insulta a la presentadora estrella de Fox News. Se ríe de la cara de una rival. Sugiere que los refugiados sirios son terroristas y extiende el bulo de que los musulmanes de Nueva Jersey celebraron los atentados del 11 de septiembre de 2001. Alienta la violencia en los mítines, propone deportaciones masivas, prohibir la entrada a los musulmanes en Estados Unidos, restablecer la tortura y bombardear a las familias de los terroristas. El portal Vocativ junta dos variables en un gráfico: los comentarios y la popularidad del aspirante en los sondeos [Byrne y Kelly 2015]. Van parejos: a más polémica, más atención mediática y más intención de voto. Cada una de sus declaraciones es abrumadoramente reproducida; hasta marzo de 2016 su campaña ha recibido el equivalente a más de 2000 millones de dólares en cobertura televisiva gratis [Senatori 2016]. Casi el triple que Hillary Clinton y mucho más que el resto de

precandidatos.

«El objetivo de Donald Trump era crear contenido para nuestro enorme sistema mediático», diría meses después Matt Sienkiewicz, profesor de Teoría Mediática del Boston College y experto en la industria del entretenimiento. «Tenemos medios que están desesperados por rellenar el tiempo. Particularmente, por acontecimientos en directo para que la gente se siente y vea los anuncios. Trump sabía muy bien que nuestro sistema está hambriento de esto». El magnate ofrece contenidos que ningún editor habría soñado meses antes, con dos metas, según Sienkiewicz: ahorrar millones en publicidad y sacudirse el estereotipo de bufón. «Él siempre tuvo una gran ventaja por el reconocimiento de su nombre; la desventaja era que no se le tomaba en serio. Necesitaba asociar su nombre con una campaña seria y eso lo hace la cobertura, aunque sea negativa».

La élite mira el manual y no encuentra precedentes; decide que el fenómeno acabará desinflándose. Los votantes miran la televisión. Uno a uno, el bufón deja a sus dieciséis rivales de las primarias tendidos en el camino.

3

Una fila de señores aguarda con aire jovial; son de mediana edad, el traje de corbata les queda holgado y su gorra de visera bien calada reza: nypd. Son los veteranos de la asociación de policías más antigua de Nueva York y su jefe es el mismísimo Hutch, el Hutch real. Lou Telano patrullaba los barrios más inseguros de Nueva York en los años setenta; con sobaquera, camisa apretada, patillas y media melena bajando de su boina, Telano y su compañero, John Sepe, atraparon criminales incontables. Se disfrazaron de mujer, de judío ortodoxo o de pareja gay para cazar ladrones y asesinos. Sus hazañas trascendieron y fueron adaptadas en la serie de televisión *Starsky y Hutch*.

Hoy Telano va a entregar una placa al aspirante republicano, entre

otras cosas, por haber propuesto un muro con México, un muro que la Asociación de Policías Veteranos de Nueva York considera necesario para detener «el crimen que llega del sur». «Él no debe nada a nadie y le estamos dando las gracias por dedicar su tiempo, su dinero y su energía para hacer a América grande de nuevo», declara Telano, de bigote fino y pelo blanco bien peinado. Sus hombres reciben instrucciones de un señor de apariencia bestial, de labio inferior prominente, manos anchísimas y ligeramente encorvado. Lleva una corbata rosa brillante como si intentara compensar su turbador aspecto primitivo. «Tenéis que ponerlos así, de medio perfil, y con la barbilla así...», dice con el pecho en alto. Los veteranos forman una fila doble perfecta en el escenario, de medio perfil, como un equipo de natación sincronizada.

Donald Trump se materializa con lentitud, balanceándose, rodeado de guardaespaldas, y estrecha la mano firme de Telano, que le invita a saludar a sus hombres. El magnate les pasa revista como un general. Los veteranos bajan la cabeza y sonríen nerviosos; la boca de Trump es una línea estirada sobre una superficie naranja. Saluda solo a la primera mitad y se coloca detrás del atril. Dos docenas de periodistas le esperan sentados y una fila de cámaras le apuntan desde el fondo. Es la primera vez que Donald Trump da un mitin en la ciudad de Nueva York, su ciudad, y lleva diez meses de campaña. Ni siquiera está cerca de su hogar, en Manhattan, o de donde nació, en Queens; el magnate ha venido a hablar a un hotel de Staten Island, el «barrio olvidado» que sale en el recuadro de abajo de los mapas.

Staten Island es el «barrio olvidado» por dos razones: porque está bastante lejos y porque no tiene nada que ver con el resto de Nueva York. Es un retazo de la América vieja, blanca, todavía mayoritaria; hileras de viviendas iguales con la bandera en la fachada y un vecino frotando el lomo de su coche en el garaje, mecido por el ruido de los aspersores. Son bomberos, policías y obreros de raíz italiana, polaca e irlandesa. Más historias que empezaron en el extranjero. Más carne europea tostada, vuelta y vuelta, en América.

Esta homogeneidad blanca de clase media-baja es única en la ciudad, como también es única su opinión política. Staten Island es el único de los cinco grandes barrios neoyorquinos que vota, casi

siempre, republicano. Exactamente lo contrario que el resto. La seguridad es el otro motivo por el que el mitin se desarrolla aquí. Mientras el estrecho y abigarrado Manhattan, hogar de minorías y élites progresistas, es el escenario de protestas anti-Trump, Staten Island ofrece espacio y afinidad para acoger un acto controlado.

El aspirante empieza a hablar de manera sorprendentemente plana. La bombilla está apagada. Su voz es tenue y parece recién levantado, como si despezara su oratoria. El contraste con el fuego verbal que llena la televisión es patente. Solo se enciende, por fin, cuando llegan las preguntas de los periodistas. Primero atiza a los críticos del partido que le quieren arrebatar la nominación. Si se la quitan, dice, espera que no haya violencia en las calles. Poco a poco, al aspirante le van saliendo frases cortas y extremas que dan ganas de meter en un tuit: «El sistema está corrompido, ¡cien por cien!», exclama. Responde como si hiciese ejercicio, flexible y con los sentidos afilados, y conoce a la mayoría de periodistas por su nombre. Una de ellas, rubia, no deja de pisar a los compañeros. Grita las preguntas y a Trump le gusta, el descaro, la garra. Se acaba el margen, pero Trump sigue enfrascado en el pimpón: «Última pregunta, venga, más, una más; la última, venga, otra». «¿¡Cuál es tu pizzería favorita de Staten Island!?», chilla la reportera. «Me encantan las pizzerías de Staten Island», responde Trump, y se acaba la rueda de prensa. El candidato imanta una nube de seguidores con gorra que desean hacerse una foto. Su cabellera llena los encuadres, luego se esfuma entre los agentes.

Reporteros y guardaespaldas caminan hacia la sala principal, un enorme comedor con decenas de mesas. Los invitados esperan visiblemente emocionados, con la cara estriada en una sonrisa. Ellas dan la impresión de haber estado un día entero en la peluquería; cada peinado es un monumento colocado sobre un vestido apretado y un par de tacones; cabelleras que diríamos sonoras porque te hablan desde el otro lado de la sala, se comunican a base de mechas y cordilleras rubias. Ellos combinan trajes anchos y corbatas de fantasía; muchos llevan la cabeza cubierta por un sombrero de cowboy o una gorra de visera. Su mirada, por tanto, no existe, ha quedado cegada por el ala delantera. Es una franja de sombra indiferente. Pese a que estamos en un espacio cerrado, llevan la gorra bien ceñida, como si fueran miembros de un grupo secreto y

planearan algún tipo de acción.

Los invitados han pagado 150 dólares para desayunar y ver a Donald Trump. Invitados como Richard Luthmann, abogado de Staten Island: «Creo que tenemos muchos problemas en América, muchos de ellos vienen de la frontera», declara. De torso anchísimo, con la palabra del candidato sobre los pectorales, sombrero y una barba perfilada con navaja, Luthmann asegura que él siempre votó demócrata, pero que el país está debilitado y solo Trump lo puede engrandecer. «Tenemos que patrullar la frontera. Además hay situaciones como la del nafta y el Tratado del Pacífico. Estos acuerdos envían fuera los empleos y destruyen la base manufacturera americana. Trump tiene el único plan para traer de vuelta los trabajos a América».

Estamos en abril, y aunque las elecciones primarias aún no han terminado, ya está claro que Donald Trump va a ser el nominado republicano a la Casa Blanca. Todos sus rivales excepto dos han sido derrotados, desde un joven senador latino a gobernadores y grandes aristócratas del partido. Recordemos al más importante de ellos, Jeb Bush. Es junio de 2015 y Jeb Bush habla en televisión de su campaña recién lanzada. Jeb es el favorito. Jeb tiene cien millones de dólares en la hucha, la mayor cantidad jamás reunida al inicio de una campaña. Ha sido gobernador de Florida, un estado clave, y dado que él habla español y su mujer es de origen mexicano, podría atraer al cada vez mayor voto latino. A Jeb le apoyan las vacas sagradas republicanas y por sus venas corre la sangre de una vieja dinastía de empresarios del petróleo, la banca y el deporte. Jeb es hijo y hermano de presidentes, y habla como si la Casa Blanca fuera su herencia. El periodista le pregunta por Donald Trump y Jeb se ríe de forma condescendiente, como si respondiera a la observación ingenua de un niño. La risa sigue y sigue durante unos segundos; Jeb pide perdón por no saber contenerla. Dice que conoce a Donald, pero que lo de la presidencia es algo serio.

El equipo de Jeb es el más numeroso, el que más viaja, el que se aloja en los mejores hoteles y el que más gasta en publicidad. Solo en enero, iniciadas las primarias, Jeb Bush paga 82 millones de dólares en anuncios televisivos, frente a los cinco millones de Donald Trump [Conlin y Smith 2016]. También gasta ocho millones

en asesores, cinco veces más que Trump. En los caucus de Iowa, Bush invierte catorce millones de dólares y solo recibe el 2,8% de los votos. Es decir, cada voto suyo cuesta 2800 dólares, once veces más que un voto de Trump [Velencia y Fung 2016]. Su campaña es un jumbo, pero da igual. No despegas. Se queda clavado en tierra. Una de las razones puede ser que Jeb Bush no tenga carisma. Que no posea el aire ascético de su padre, piloto de guerra, presidente enjuto; ni la cercanía rústica de su hermano mayor, cómodo con su acento sureño. Jeb recuerda a un vecino tranquilo, un empresario bronceado y satisfecho de los Cayos de Florida, que además abandera una marca dañada: el establishment.

Otra razón es que Donald Trump lo acosa durante semanas. Trump ataca a sus rivales de mayor a menor: primero va por el más fuerte y luego va bajando. Cuando un rival destaca en televisión o en los sondeos, lo asedia. Su primera víctima es Jeb Bush. Como buen depredador, Trump detecta su parte vulnerable y le da una dentellada. Su etiqueta para él, dada su apariencia amable de gerente de una tienda, es *low energy guy*, un tipo con poca energía. Se lo llama en la cara, durante los debates, y lo repite constantemente en las muchas horas que le dedica la televisión. Añade que Jeb es «el más débil con diferencia», «un desastre total», «una total vergüenza para él mismo y para su familia», y así más de cien veces, según la contabilidad de insultos que lleva *The New York Times* [Lee y Quealy 2017]. Cuando debaten lo interrumpe o lo acusa de interrumpir y le hace preguntas que no tienen salida. «Jeb es una buena persona, muy buena persona, pero necesitamos gente dura», insiste Trump, y Jeb acaba teniendo que explicarse ante los seguidores que le preguntan por qué se deja avasallar. En una ocasión pide que por favor le aplaudan, y acaba solicitando a su hermano y a su madre que hagan campaña con él, pero es demasiado tarde. Los resultados son tan malos que en febrero concede su derrota.

Para entender el acoso de Trump hay dos escuelas. La primera dice

que Donald Trump sigue siendo el «Donny» de su juventud, un matón obsesionado con ganar a cualquier precio, incluido el insulto o la amenaza. Su estilo violento, que le sale de forma natural, queda muy bien en televisión; es morboso e interesante, sobre todo en alguien que podría llegar a ser presidente de Estados Unidos. Y la población está tan enfadada con los políticos en general, que disfruta viendo a un «insurgente» como Donald Trump golpear a senadores y burócratas. La segunda escuela argumenta que Donald Trump está empleando técnicas de hipnosis para influir en la opinión pública. Es decir, que frase a frase, golpe a golpe, transforma la realidad cambiando la percepción que el público tiene de ella. El padrino de esta teoría es el dibujante Scott Adams, creador de la tira cómica Dilbert. Adams afirma que estudió hipnosis y que sabe identificar las técnicas de Donald Trump, que de otro modo pasarían inadvertidas. Donde la mayoría ve xenofobia, vulgaridad e ideas imposibles, Scott Adams ve genialidad. Y por eso llama a Donald Trump el «Maestro Persuasivo».

Adams declara que el raciocinio está sobrevalorado, que los seres humanos, aunque llevemos corbata o manejemos un teléfono móvil, somos cazadores-recolectores diseñados para vivir en un bosque hostil. Que dependemos más del instinto que de la capacidad de abstracción y que es la emoción, no el raciocinio, lo que mueve el mundo. Por eso tendemos a dar más importancia a la personalidad que a las políticas. Por eso absorbemos la información de forma selectiva, en función de nuestros intereses. Por eso entendemos mucho mejor las imágenes que los datos. Y por eso Donald Trump avanza como un bulldócer. El candidato sabe que la complejidad puede ser tediosa; él apela al instinto y fundamenta su campaña en imágenes poderosas; graba en la mente de millones de personas la visión de criminales atravesando la frontera con México y describe al grupo terrorista daesh «cortando cabezas de cristianos». Su discurso va dirigido al cerebro reptil, al poder candente del miedo. Es una campaña simplista, colorida y visual, que se basa muchas veces en rumores y mentiras, y que domina, desde el principio, el escenario.

Adams vio el poder de Trump en agosto de 2015, cuando su campaña era considerada una broma para cualquier analista o

profesor de Ciencias Políticas. «El momento en que me di cuenta de que había algo especial fue durante el primer debate», declaró Adams a The Wall Street Journal. Se refiere al momento en que, en medio del debate, la presentadora arrinconó a Trump: «Has llamado a las mujeres que no te caen bien “cerdas gordas”, “perras”, “guarras” y “animales asquerosos” [risas del público]. Tu cuenta de Twitter...», y entonces Trump, aparentemente sin escapatoria, la interrumpió: «Solo a Rosie O'Donnell». Su respuesta generó una carcajada del público, seguida de un largo aplauso que impidió seguir a la moderadora. El precandidato se había librado concentrando la negatividad en la imagen de Rosie O'Donnell, una conocida actriz cómica, presentadora y activista de los derechos de gays y lesbianas. Una cara bien definida en la mente de la audiencia. La imagen visual «es tu sentido más poderoso», explicó Adams, «y era una persona, lo más visual de todo, porque el cerebro está adaptado a las caras y a la gente. Y él sacó toda la energía de la sala, hizo una bola y la mandó hacia la broma de Rosie O'Donnell, y desinfló todo el asunto».

El objetivo de un hipnotizador es identificar los conceptos a los que una persona es más sensible. Te dice una palabra y observa tus microrreacciones: si apartas la mirada, si te rascas o enrojeces o se dilatan tus pupilas. A partir de estos indicios, empieza a conocer qué nos mueve, nos da miedo o nos motiva, y procede a sugestionarnos. Es lo que hacían los chamanes y los curanderos, y lo que hacen en teoría los gurús de la autoayuda: cambian tu cableado cognitivo para que veas las cosas de otra manera. Trump haría lo mismo con la opinión pública. En un mitin incendiario, contando con que se retransmitiría en todas las televisiones del país, desliza un insulto personalizado para Jeb Bush y luego observa su eco en los medios de comunicación y en las redes sociales. Si el insulto funciona, si se repite en Twitter y lo comentan reporteros y presentadores, Trump lo adopta y procede a otra técnica de persuasión: la repetición. Repite y repite el mismo insulto hasta que Jeb Bush y el concepto de «baja energía» se funden en la mente de la audiencia. Como si adjudicase una marca a un producto. Trump hace lo mismo con «Little Marco» (Pequeño Marco), «Lying Ted» (Mentiroso Ted) y «Crooked Hillary» (Corrupta Hillary); todos ellos nombres eufónicos, fáciles de pronunciar y adaptados a las percepciones generales que ya existen de sus víctimas. Balas

lingüísticas que el americano medio escucha a diario, durante semanas, cada vez que enciende la televisión o mira el teléfono. En la superficie, un insulto; en el subconsciente, un arma letal de persuasión. De esta forma Trump insufla varios conceptos a la audiencia: «medios deshonestos», «drenar la ciénaga» o su palabra favorita, la que lleva toda la vida intentado plantar en el subconsciente ajeno y con la que desea que lo identifiquen: win, ganar. Trump es capaz de repetir la palabra win doce veces en diecisiete segundos durante una entrevista. En la superficie, un vocabulario reducidísimo; en el subconsciente, una manera de imprimir sus letras doradas en la mente de parte de Estados Unidos.

Otro método es la alusión; sus propuestas son tan imprecisas que significan algo diferente para cada persona, como su eslogan: «Make America great again», «Hacer a América grande de nuevo». ¿Y cuándo fue América grande?, se preguntan sus críticos. ¿En 1799? ¿En 1983? Adams lo razona así: «Cuando criticas a Trump por ser vago en sus políticas, deberías saber que es intencional. Los espacios vacíos se dan para que tú los rellenes con lo que creas que sea una gran idea. Para un mago experto, cuanto menos diga, más te gusta. El mago deja que tu cerebro llene los espacios en blanco con tu sabor favorito de genialidad».

Respecto a sus propuestas más radicales, una persona que vea la realidad «en dos dimensiones», según la expresión de Adams (que vaticina desde el principio la victoria de Trump y acaba apoyándole abiertamente), percibirá a un matón que promete cosas imposibles de realizar, como prohibir la entrada en Estados Unidos a los musulmanes o deportar a once millones de inmigrantes indocumentados. Verá a un demagogo ignorante. Adams, por el contrario, justifica este discurso con la técnica de *pacing and leading*, «marcar el ritmo y liderar»: significa que su postura, al ser la más radical, eclipsa las de sus contrincantes, lo pone por delante. Así concentra la atención del país y luego puede negociar desde una posición de fuerza. Es lo que hacen los empresarios. Piden una cantidad exorbitada sabiendo que obtendrán bastante menos, pero más de lo que en realidad necesitan.

El público se levanta para saludar al candidato, que toma el escenario como un fogonazo. Silbidos y aplausos lo reciben; la antena humana disfruta absorbiendo los rayos emocionales del público. Le sientan bien, y devuelve el favor elogiando a Staten Island, el lugar donde solía venir a trabajar en verano bajo el ala estricta de su padre. Luego pasa directo a la campaña: dirige un gancho verbal a «Lying Ted» y otro a «Dishonest Hillary» (sigue buscando el insulto final para la demócrata; otro de ellos es Heartless, «sin corazón»). Los vapulea arrugando la cara como si estuvieran allí y oliesen mal. Reitera que México pagará por el muro y que China lleva treinta años robando a ee. uu. «No estoy enfadado con China, de hecho los respeto. Estoy enfadado con nuestros líderes por ser tan incompetentes como para permitir que ocurra», declara. «En la historia del mundo, este es el mayor robo perpetrado por una persona o un país, ¡lo que nos ha hecho China!».

La realidad, según Trump, se asemeja a un encuentro en la selva. Es una partida sangrienta que se ha ido recubriendo de leyes, tecnología y prosperidad material, pero sigue siendo eso: un duelo primitivo. Y contra el enemigo no se pueden usar espadas de madera ni lanzas de punta roma. Tenemos que recuperar la esencia, el filo cortante, o estamos condenados. El momento favorito del público es su ataque a la corrección política. «He oído que el general Patton de vez en cuando abofeteaba a los soldados. Hoy no sería general; hoy pasaría el resto de su vida en la cárcel. ¡Lo enviarían a la silla!», y centenares de voces retumban al unísono. Las manos de Trump cortan el aire y se apoyan en el atril. Su cuerpo se dobla hacia delante, con las cejas enarcadas; el naranja cutáneo se vuelve rosa y brilla, y su voz efusiva y aguda sale a ráfagas. No hay sitio para estructuras largas, pausadas y recortadas por un equipo de campaña; es más bien un proceso químico. Una prolongación espumosa de su carácter. El orador suena espontáneo, y lo es: no hay teleprompter y el discurso yace doblado sobre el atril, ajeno a su atención. La impresión es de furia genuina y libertad; basta ya de conferencias masticadas, ruedas de prensa infinitas y reuniones estériles. El jefe está aquí, es humano y habla con la sencillez de un vecino enfadado.

Donald Trump usa un lenguaje que entiende todo el mundo, independientemente de la edad o la educación. The Boston Globe analizó los primeros discursos de campaña de los precandidatos demócratas y republicanos para medir su complejidad y los puntuó siguiendo el método Flesh-Kinkaid en una escala de 4 a 21 [Viser 2015]. Un discurso de nivel 4 es comprensible para un niño de nueve años; el nivel 21 solo es accesible, técnicamente, para quienes poseen un doctorado. El senador socialista Bernie Sanders ocupa la mitad de la escala (10,1), comprensible para un estudiante de bachillerato. Ted Cruz emplea un nivel de 8,9 y Hillary Clinton está en la media presidencial del 7,7. El nivel medio que utiliza Donald Trump está por debajo de todos, en 4,1. Su lenguaje, propio de un vendedor profesional, es una cadena de monosílabos de raíz germánica como good, bad, nice o win, apoyados en una o dos palabras operísticas que le gustan y que parecen una llamada, por ejemplo tremendous. Siempre usa frases simples y afirmativas que terminan con una palabra impactante, y habla como si todo el mundo estuviese de acuerdo con él, sin apenas dar cifras o construir argumentos racionales: directamente a los sentimientos.

Decenas de teléfonos se elevan como antorchas para inmortalizar a Trump, y un señor negro interrumpe el mitin. Es mayor y es el único afroamericano de la sala. Los vigilantes lo expulsan en segundos. «Ese hombre es un profesional», comenta el orador, y frunce los labios como si llegase a una conclusión dolorosa. «Seguro que le han pagado». Trump añade que los medios de comunicación van a informar del señor al que han sacado del hotel, pero no del buen ambiente que hay y de la gente que aguanta de pie los veinte minutos del discurso. «¡Los medios progresistas!», dice en tono acusador, seguido por un fortísimo abucheo. Cuando acaba, se guarda el texto en la chaqueta y desaparece.

«YO SERÉ VUESTRO CAMPEÓN»

1

La ciudad más barata de Estados Unidos para comprar una casa es Cleveland, en Ohio. Una vivienda con dos baños y cuatro habitaciones cuesta 73 000 dólares de media, veintitrés veces menos de lo que valdría en San Francisco. No siempre fue así. La ciudad que vio nacer a Superman encabezó durante décadas la siderurgia americana; sus fundiciones, operadas por la inmigración de Europa oriental, abastecieron el despegue económico y militar de Estados Unidos. Los hornos americanos produjeron el 75% del acero mundial en 1945 y en la década de los cincuenta el sector manufacturero empleaba al 40% de los trabajadores de Ohio. Sus ciudades estaban tan orgullosas que honraban a los obreros del metal con desfiles de tres días. A medida que el comercio se expandía y aumentaban los competidores internacionales, la producción de acero descendió y con ella una edad de oro. Decenas de plantas echaron el cierre; se mudaron al sur o al extranjero, y miles de empleados buscaron suerte en otros sectores.

Entre 2000 y 2010, Cleveland perdió el 17% de su población [Cleveland Population 2017]. La ciudad se ha vaciado tan rápido que las autoridades no saben qué hacer con las casas abandonadas. El Ayuntamiento considera que el vacío genera un efecto dominó. Cuando alguien deja su casa, los vecinos tienden a hacer lo mismo y barrios enteros acaban despoblados. Por eso, hileras de viviendas aguardan en la lista negra para ser derribadas. Por eso, una casa de cuatro habitaciones cuesta lo mismo que un año y medio de universidad.

El caso de Cleveland, donde el habitante medio gana 11 000 dólares menos al año que en 1999, podría aplicarse a una inmensa porción de Estados Unidos; un trozo de país con el que Donald Trump ha entablado conversación. Si leemos los titulares, su campaña se basa en lo anecdótico y amenazante, aquello que inspira miedo, los

insultos, la fuerza bruta, pero esa es solo una parte de los mítines. La otra parte apunta al corazón de quienes trabajaban en sectores hoy desmantelados. En Illinois, el magnate critica a Nabisco, que va a mudar la producción de galletas Oreo a México. En Pensilvania da un discurso frente a una montaña de productos reciclables de la planta de Alumisource. Habla de minería en Virginia Occidental y de acero en Pittsburgh; critica el nafta por haber «destruido un tercio de los empleos manufactureros desde 1997», promete descartar el Tratado de Libre Comercio del Pacífico, bajar los impuestos para incentivar el «made in America» y tasar a las compañías que se vayan fuera. No solo aborda la ansiedad de la clase obrera, también lo hace en su lenguaje. Donald Trump, que viaja en avión privado y nunca pernocta en las ciudades que visita, cultiva la más llana de las conductas. El candidato se fotografía comiendo un Big Mac o un cubo de alitas de pollo, aparece con gorra de visera en los mítines y no escatima en chascarrillos impensables en un político. El resultado, en forma y contenido, es un rechazo a la fría sofisticación de las élites. Uno de sus seguidores lo resume así: «Donald Trump dice lo que llevamos años gritándole al televisor», como si realmente un ciudadano medio, enfadado, con su hipoteca y sus facturas y su pésimo seguro médico, se presentase a presidente.

La campaña de Trump espanta a las élites del Partido Republicano y a sus mecenas, pero atrae a las bases. El Viejo Gran Partido sale de la junta de accionistas o del club de campo y se calza unos vaqueros raídos; casi sin darse cuenta, como demostrarán las elecciones de noviembre, se convierte en algo similar a un partido de clase obrera, desconfiado de la burocracia y el dinero, fuerte en los pueblos y en las regiones industriales. Y es aquí, en Cleveland, donde se va a nominar a Donald Trump candidato presidencial.

Esta ciudad prosaica, trazada sobre el vacío y aplastantemente normal, es ahora mismo el centro político del mundo. Sus habitantes de perilla y piel rosada, sus cadenas de bocadillos de carne, son testigos de una avalancha emocional; todas las corrientes políticas del país han venido a Cleveland a poner su mensaje en circulación. Están la extrema derecha y la extrema izquierda, cristianos fundamentalistas, Black Lives Matter, activistas de todos los derechos posibles, ángeles del infierno, musulmanes,

empresarios, pintores, pistoleros y sobre todo policías. Como una bandada de pájaros uniformados, miles de agentes se han posado en las calles del centro. Unos 5500; a pie, a caballo, en bicicleta, en moto. Vienen de otros estados para asegurarse de que las chispas no generan un incendio. En Cleveland, además, es completamente legal llevar un arma a la vista, como de hecho ocurre: hay bandas de moteros que circulan con bandana en la frente y pistola en el cinto para defender, dicen, a Trump.

Dentro del estadio Quicken Loans Arena, la Convención Nacional Republicana ha despegado con algunos bandazos. Su comité lo forman 168 miembros, de los cuales veintiuno intentan convencer al resto de que no voten a Trump. Son la plataforma «Nunca Trump» y alegan representar los valores conservadores del partido. Su misión, sin embargo, está condenada al fracaso. Donald Trump ha sido el candidato más votado en la historia de las primarias republicanas. Pese a la oposición y al recelo silencioso del grueso del partido, la base le ha dado trece millones de votos. Sus mítines han llenado estadios y la mayoría de los delegados, que representan esos votos, lo defienden ante la prensa. «Esta es la primera convención donde hay un verdadero furor», declara Sean Shiven, delegado de Texas. «El movimiento de base está realmente electrizado. Esta es la primera vez que tenemos a alguien que no es un político de candidato presidencial. Dicen que esto ocurre una vez en la vida y todos estamos emocionados al formar parte de ello».

El discurso agresivo y antiinmigración de Donald Trump ha hecho que empresas del rango de Apple, Ford, UPS o Wells Fargo hayan dado la espalda a la convención. Se han retirado tantos anunciantes que los organizadores han pedido seis millones de dólares al mayor donante del partido, el magnate del juego Sheldon Adelson, para compensar. Tampoco hay un cartel de famosos; los senadores más conocidos, como el héroe de guerra John McCain, están ausentes, y no hay un Clint Eastwood o un Arnold Schwarzenegger que aporten la dosis de glamur correspondiente. En su lugar hablan el actor de telenovela Antonio Sabato Jr., la golfista número 484 del mundo, Natalie Gulbis, una exreina de la belleza y los amigos millonarios de Trump.

Es como si el mundo conservador en Estados Unidos se hubiera

replegado. Ya no es una red que llega a diferentes puntos alejados entre sí, a diferentes capas sociales, o empresas, o medios de comunicación. El conservadurismo, si lo juzgamos por la convención republicana, se parece más a un puño cerrado. Un pelotón de soldados unidos en torno al jefe y atrincherados frente a varios enemigos. El manual ideológico de este año, debatido por el comité, supone un giro a la derecha en todos los órdenes, comparado a convenciones anteriores. El documento ofrece una visión tradicionalista de la familia, denuncia la pornografía como «una crisis de salud pública», prohíbe a las mujeres militares entrar en combate, considera al carbón «energía limpia» y defiende la construcción del muro con México. El programa está recorrido por el concepto de «ley y orden», acuñado por Richard Nixon, y presente en el cartel de oradores. «¡Las vidas azules importan en América!», dice en su intervención David Clarke, sheriff de Milwaukee. Se refiere al color azul del uniforme de policía, parodiando el eslogan de Black Lives Matter, el grupo de activistas negros, como él, a quienes considera un peligro público. Por el escenario desfilan heridos en combate, veteranos de guerra y familiares de las víctimas del ataque al consulado estadounidense en Bengasi, en Libia. Si un marciano con dominio del inglés aterrizase en Cleveland, creería que Estados Unidos anda sumido en una guerra contra el islam, el crimen y la desobediencia civil.

2

El estadio es un hormiguero de periodistas y delegados y permisos colgando del cuello. De vez en cuando se forman corrillos entre bastidores para escuchar a un político, o aparece la melena engominada, rubio platino, del líder de extrema derecha holandés Geert Wilders. La ciudad espera a que Donald Trump dé su discurso de aceptación.

Bajo los focos brilla un grupo de jóvenes compuestos. Son los Trump, una réplica lozana y tranquila del patriarca. Los tres hijos mayores, que tuvo con la deportista checa Ivana Zelníčková, son parte del núcleo de campaña. Dan discursos y entrevistas, recaudan

dinero y filtran a los miembros del equipo. Donald Trump es su padre y su mentor. De la misma forma que él aprendió el negocio viendo trabajar a Fred Trump, sus hijos crecieron en la oficina, construyendo edificios de juguete mientras él cerraba acuerdos. Más que hijos son casi una prolongación, un conjunto de genes que pasan puros de una generación a otra.

El primero en la lista de sucesión es Donald Trump Junior, de 38 años en el momento de la convención. Estudió en la misma universidad que su padre, dirige parte del negocio de su padre, participó en el programa de televisión de su padre y está casado con una modelo, igual que su padre. Don Junior tampoco descarta meterse en política, dice, cuando sus hijos sean mayores. La siguiente, Ivanka Trump, de 34 años, ha seguido idéntico camino: misma universidad, misma empresa, mismo programa de televisión. De belleza lujosa e hidratada, como si habitara permanentemente en un anuncio de joyas, Ivanka Trump goza de gran influencia en el candidato. La prensa la llama «primera dama de facto», «la voz tranquila detrás del trono de Trump», y su marido, el millonario Jared Kushner, es otro pilar de la campaña. El tercero es Eric, de 32 años, empresario inmobiliario, casado con una modelo, juez del programa *The Apprentice*, etcétera. Los tres son vicepresidentes del imperio Trump. Los tres dan un discurso en la convención. Los tres anuncian la nominación oficial de su padre como candidato republicano a la presidencia.

La cuarta hija, Tiffany Trump, de 22 años, retoño de la segunda esposa, Marla Maples, estudia Derecho y es famosa en internet por sus fotos de la vida frívola neoyorquina. Tiffany, llamada así por la famosa joyería al pie de la Torre Trump, da un discurso cercano y sentimental, echando mano de los seis años que vivió con su padre, de quien recuerda su insistencia en dar buena imagen. El quinto y último es Barron Trump, hijo de la tercera mujer, Melania. Tiene diez años y es tan parecido a su progenitor que Melania le llama «Little Donald». Padre e hijo leen juntos el periódico por la mañana y juegan al golf. A Barron también le gusta construir edificios de juguete.

El magnate presume de estirpe. «Soy un gran creyente de los genes», ha declarado muchas veces, o apunta a su cerebro de empresario,

en una entrevista, y dice: «¡Buenos genes!». Cuando la realizadora del documental *Kings of Kallstadt*, sobre el pueblo original de los Trump, le pregunta al millonario por su ascendencia alemana, este usa las palabras *good stock*, o «buena casta», más habituales en la hípica o la ganadería.

Los cinco hijos millonarios proyectan futuro y fertilidad; son un relato que seguir con los años, una telenovela potencial de factura impecable. La prosperidad que emerge de sus trajes a medida y sus cabellos resplandecientes, de sus parejas saludables, de la nueva hornada rubia de nietos, de las enormes fotos de clan, son abundantemente comentados en las revistas. Los Trump, como antes los Kennedy o los Rockefeller, son lo más parecido que tiene Estados Unidos a una saga, a la estabilidad primaria de la monarquía.

Mucha gente ha venido a Cleveland para estar cerca de ellos. En la plaza principal hay un cuadro de dos metros de ancho por uno y pico de alto. En él aparece la cara de Donald Trump, inmensa en el espacio, y a su derecha el planeta Tierra sobrevolado por un águila que arrastra una bandera interminable de Estados Unidos. Su autor, Julian Raven, confiesa que esta imagen le asaltó mientras veía a Trump en la tele, como una premonición, y sintió que debía pintarla. Una cadena de circunstancias aparentemente mágicas lo animó en su proyecto. La obra se llama igual que las palabras que decía Trump en ese mitin y que se quedaron resonando en la mente de Raven: «Sin miedo y sin complejos».

También ha venido Sally Whitmore, una jubilada convencida de que Donald Trump nació en la pobreza y se hizo a sí mismo. «No le debe nada a nadie», asegura. O Webb Sanderson, que lleva cuarenta años trabajando en hostelería y quiere transmitir a Trump las demandas del sector que él dice representar. O Kevin Kvasnička, estudiante de veintidós años que trabaja de camarero y que no puede pagar su matrícula de universidad, y cuyo amigo, Denis, porta una metrallera ak-47 «made in America».

En todos ellos se percibe una rabia general hacia el «sistema», como si las élites los hubiesen abandonado para ocuparse de sí mismas en ciudades lejanas. Sus quejas reflejan la gradual partición de Estados Unidos en dos mitades: por un lado las grandes capitales costeras y

por otro el resto del país. La expansión económica, y con ella la prosperidad, el talento y la influencia política, se concentra en torno a Silicon Valley y Wall Street. La mitad de las empresas creadas desde 2009, por ejemplo, han nacido en veinte condados de California, Nueva York y Texas (primer estado productor de petróleo) [Tankersley 2016]. Un mundo que, a juzgar por la televisión, es inteligente, mestizo y moderno, con presentadores elocuentes que se ríen del ignorante red neck y voces cosmopolitas encantadas de mostrar su vida interesante y plena. Un mundo cada vez más encerrado en sí mismo.

A medida que la riqueza y los trabajadores con educación superior se mudan a estos puntales, también lo hacen los medios de comunicación. En 2011, el 92% de los periodistas de ee. uu. trabajaba en núcleos urbanos, un 75% más que medio siglo antes. Solo Manhattan, que representa el 0,5% de la población estadounidense, concentra el 13% de los reporteros. La atención mediática se aparta del interior para centrarse en la costa, se marcha del campo y abraza la gran ciudad. El llamado fly-over country, una expresión despectiva que reduce la inmensidad de Estados Unidos a una mancha borrosa entre Nueva York y Los Ángeles, pierde representación pública. Y es en esta brecha donde medran los medios de comunicación radicales. Portales de extrema derecha conspirativa como Infowars o Breitbart News, de contenido muchas veces desinformativo o falso, multiplican sus lectores arremetiendo contra el «globalismo», una turbia élite mundial de políticos, banqueros y grandes medios de comunicación al servicio de los «intereses especiales» y en contra del pueblo.

Esta separación entre las élites y una parte sustancial del país crece en silencio hasta que Donald Trump la utiliza y la hace evidente. La crema de políticos, empresarios y expertos que el aspirante denuncia como una casta corrupta, desconectada de la realidad del hombre común, tarda meses en percibir el fenómeno. La figura de Trump es incansablemente parodiada y los más excelsos analistas insisten en que el payaso neoyorquino se volatilizará en dos semanas.

Uno de los más vehementes en restar importancia a Trump es Dana Milbank, columnista de The Washington Post. Cuando el entonces

precandidato lideraba los sondeos de las primarias, en otoño de 2015, Milbank dijo que era por casualidad. «Estoy tan convencido de que Trump no ganará la nominación del partido que me comeré mis palabras si lo hace. Literalmente: el día en que Trump gane la nominación me comeré la página en la que está escrita esta columna», declaró [Milbank 2015]. Siete meses después, cuando ya era seguro que Trump sería el nominado republicano a la presidencia, Milbank cumplió su palabra: pidió a los lectores que le recomendasen recetas para cocinar una página de periódico, eligió la más apetecible y se grabó en vídeo comiéndose el papel (diluído en ceviche de leche de tigre) en el que estaba impresa su columna. Lo acompañó con un vaso de vino blanco marca Trump.

3

La convención de Cleveland exuda un aroma a venganza. Donald Trump lleva semanas castigando a quien será su rival final, Hillary Clinton, epítome de la «élite costera». La primera marca que le intentó adjudicar para destruir su imagen, «Heartless Hillary» no tuvo eco en los medios, ni tampoco «Dishonest». Pero «Crooked Hillary» sí ha sido bien recibida. Es una palabra poco frecuente, que no se embarra en el cliché y cuyo doble significado se pega a la demócrata como una mancha de petróleo. Por un lado, crooked significa corrupto, o corrompido. Una etiqueta letal para una persona que lleva tres décadas en primera fila política y que ha sido acusada de todo tipo de escándalos, reales o ficticios. Pero crooked también significa torcido, tortuoso, encorvado, igualmente sensible para una mujer a punto de cumplir setenta años que a veces aparece amarillenta y floja de voz en los mítines. Igual que con «Lying Ted» o «Low energy guy», Trump utiliza su poder mediático para taladrar «Crooked Hillary» en la mente de la audiencia.

Además de «¡u-s-a!» o «¡Build the wall!», uno de los cánticos más populares de la convención es «¡Lock her up!» («¡Que la encierren!»). Cada vez que suena el nombre de Hillary Clinton, la multitud dispara el cántico de forma automática, como un resorte. La imagen de la demócrata entre rejas se ve por todo Cleveland y

miles de camisetas piden cárcel. Uno de los miembros del equipo de Trump va más lejos. Durante la convención, en un programa de radio, el asesor de Trump para Asuntos de Veteranos y congresista de New Hampshire, Al Baldasaro, opina en la radio que Hillary Clinton debería ser fusilada por haber usado su cuenta personal de correo electrónico para asuntos de gobierno. Baldasaro la llama «pedazo de escoria» y la quiere frente al pelotón. Cuando otro medio lo llama para que explique sus declaraciones, Baldasaro las confirma «sin ninguna duda».

Los cuatro días de convención llegan a su fin. Poco antes de las diez de la noche, después de que su hija Ivanka termine el discurso, aparece el candidato. Los dos se abrazan y este camina hacia el atril aplaudiendo y elevando los pulgares. Una fila de 36 banderas apretadas ocupa el fondo del escenario, bajo una inmensa pantalla con la palabra «Trump», abombada sobre fondo de oro. Lo que viene ahora es una parte fundamental en el relato de campaña, o en cualquier relato. Como en las películas, llega el momento del «todo está perdido» que antecede a la última escena. Cuando el pelotón se refugia del fuego enemigo. Cuando el chico ha perdido a la chica y cree que no la podrá recuperar. Cuando el boxeador, con la cara hinchada, cataratas de sangre corriendo por sus mejillas, acaba de recibir un golpe y yace en la lona.

«Nuestra convención tiene lugar en un momento de crisis para nuestra nación», declara Donald Trump. «Los ataques a nuestra policía, y el terrorismo en nuestras ciudades, amenazan nuestra mismísima forma de vida. Un político que no entienda este peligro no está cualificado para liderar este país». El candidato despliega un tapiz de violencia y horrores; describe los casos de policías atacados, el aumento de los homicidios en el último año, los ejércitos de «inmigrantes ilegales» con antecedentes penales que envenenan el país con sus drogas y que «amenazan a nuestros pacíficos ciudadanos». Pone cara y nombre a las víctimas, describe a niñas inocentes, de matrículas de honor, asesinadas por inmigrantes que siguen en libertad. Es como si la negatividad, que ronda sus mítines como una banda de perros hambrientos, se organizase. Los cánticos agresivos y las malas vibraciones ya no son ocasionales, como una nube que ensombrece la ciudad por unos minutos. Ahora se han unido y caminan a la vista; son un ejército que desfila por la

avenida principal. Unos lugareños lo saludan y echan flores; otros se esconden en sus casas. Donald Trump es ese ejército, y marcha hacia la Casa Blanca por el medio de la democracia.

El magnate habla muy alto, como si estuviera enfadado, y repite la expresión «ley y orden» cuatro veces de manera bien clara, separando las sílabas. Jalona su discurso con cifras sobre crimen sin aportar contexto. Destaca que los homicidios aumentaron en 2015, pero no menciona que el crimen a todos los niveles ha caído a la mitad en los últimos veinticinco años. Lo mismo ocurre con la economía, presentada solo en el lado negativo: la pobreza infantil, la deuda, la escasa población activa. «He visitado a los trabajadores de fábrica despedidos, y las comunidades destruidas por nuestros horribles e injustos acuerdos comerciales. Estos son los hombres y mujeres de nuestro país. Gente que trabaja duro pero que ya no tiene voz. Yo seré vuestra voz». La nación está gobernada por «intereses especiales» enquistados en Washington. Grupos de «cínicos» que se reparten el pastel mientras el crimen se propaga y los empleos se marchan por el desagüe de los tratados de libre comercio. El candidato repasa los desastres de política exterior, con retratos vívidos. «Todos recordamos las imágenes de nuestros marineros, forzados por sus captores iraníes a ponerse de rodillas a punta de pistola», declara, y culpa a Hillary Clinton de las guerras en Libia y Siria y de la desestabilización de Oriente Medio, solo unos pocos de los «terribles, terribles crímenes» por los que no ha sido juzgada.

Donald Trump grita con su mano derecha subiendo y bajando para dominar la jauría de perros que se revuelve en sus líneas. El público, magnetizado, se asoma al precipicio y nace una especie de comunión. Por todas partes hay melenas muy rubias, perillas y gorros de cowboy con un rostro serio debajo. En este momento su única oportunidad es colocar a uno de los suyos, a un hombre fuerte, en la Casa Blanca. Solo él cortará donde haya que cortar, limpiará donde haya que limpiar, y salvará al país del crimen, el terrorismo y la decadencia. Solo él se levantará de la lona para vencer al oponente, liderará el pelotón bajo el fuego, frustrará los planes del enemigo. El público le corea: «¡u-s-a, u-s-a, u-s-a!».

Donald Trump acepta el desafío, y promete:

—Yo seré vuestro campeón.

TRUMP COUNTRY

1

El asfalto húmedo reverbera al sol; una autopista zumba por encima y otra se pierde en el horizonte nublado. Entre las manos, una revista doblada con la palabra «Charleston», rayada en negro. Aquí solo te puedes mover en coche. Si no tienes, hay que sacar el pulgar en medio de la nada, junto a una gasolinera o en un cruce, y esperar. Los que paran suelen ser old timers. Gente que fue joven en los años sesenta y setenta, cuando los secuestros, violaciones y atracos todavía no copaban la televisión. Matrimonios en camioneta o jipis calvos con un cigarro bien liado en los labios.

Frena un coche; de la ventanilla sale un rostro pálido con visera y ojos claros. «¡Entra!», dice con la mano. Esta es la historia de su conductor, Michael, tal y como me la transmitió febrilmente al volante un atardecer de agosto.

«¿Votar? No voy a malgastar mi tiempo. Trump es un populista que no tiene ni idea de política exterior, ¡y Hillary es corrupta corrupta corrupta!».

Michael es checo, lleva diecisiete años en Virginia Occidental y está muy politizado. Es como si llevase una década sin hablar con nadie. Me imagino a su mujer, que es rusa, de Siberia, levantándose de la mesa después de cenar para no tener que oír sus diatribas. Michael hablando alto de la Reserva Federal y ella respondiéndole con murmullos.

«Hillary es un desastre; todo lo que toca lo rompe, ¡mira Oriente Medio!». Lo que más le molesta de Hillary es que potenciará las ayudas sociales a los «parásitos». «Si la gente de Virginia Occidental no trabaja es por pereza. ¡Este estado es una montaña de oro!», declara señalando a los lados de la carretera, ensombrecida por montañas de un verde rabioso. «Agua, madera, carbón», dice

Michael, y propone recortar los impuestos para atraer inversiones. «La gente no trabaja. Desde que se cerraron las minas, depende de los subsidios del Estado. ¡Conozco a familias que llevan cinco generaciones viviendo de subsidios!».

Michael asegura que no es racista, pero que los subsidios abundan entre los negros. Viven de ello. Y además se benefician de las cuotas. Un ejemplo: su hijo no recibió una beca para la universidad, pese a sus buenas calificaciones. Porque el dinero del Estado va para las minorías, ¡el esfuerzo de los blancos no vale lo mismo! Así, mucha gente votará a Clinton: «Por ignorancia y por pereza; para seguir, otra generación, sin trabajar».

Michael se refiere a las políticas de «acción afirmativa», que garantizan la presencia de las minorías en el sector público y en la plantilla de las universidades. Si bien la historia del hijo de Michael no ha sido verificada, es verosímil, ya que Virginia Occidental está sujeta a las leyes federales que garantizan presencia de las minorías en estos organismos y tiene además su propia ley antidiscriminación. Al menos uno de sus diez principales centros de estudios superiores, Concord University, considera la raza del estudiante a la hora de admitir su matrícula [Public Policy 2016].

El desprecio del checo por la candidata Clinton le animó a diseñar una camiseta con la foto de Monica Lewinsky y las palabras «Monica for President». A mucha gente le gustó, afirma, y hasta un desconocido lo paró por la calle para comprársela. Michael vendió la camiseta por veinte dólares y ahora piensa en hacer negocio. En cambio, Michael respeta a Bill. «Es un buen gestor. Si Hillary se limitase a dar los discursos y Bill volviese a manejar el poder, puede que incluso la votase».

Sobre Donald Trump. «¿Cuáles son las dos instituciones con peor imagen del país? La política y los medios de comunicación. Trump juega con eso. Dice una barbaridad, los medios lo critican, le dan toda la atención, y él lo único que tiene que hacer es responder con algo que la gente valora de verdad: su éxito y sus hijos. Tiene unos hijos modelo. Y nadie puede falsear a los hijos». Michael ensalza la obra palpable del candidato. «Si vas a Nueva York, ves los edificios de Trump. Están allí. En el skyline. En cambio, ¿qué ha hecho Clinton aparte de hablar?».

Le pregunto por las bancarrotas.

«¿Cuántas bancarrotas ha declarado Trump?», dice Michael. «Tres [en realidad, seis]. ¿Y cuántas veces se ha divorciado? Tres [en realidad, dos]. Los ricos saben que, para proteger su fortuna de un divorcio, se tienen que declarar en bancarota». ¿Y las tres mil demandas en las que está o ha estado implicado?, le pregunto. Michael sacude la cabeza. «El hecho de que los medios lo critiquen se interpreta como que está haciendo algo bien».

Michael, cuyo relato es un torrente anárquico de cifras e ideas, residió en la Unión Soviética, donde conoció a su mujer. Y está muy orgulloso. El socialismo fue una escuela vital básica, por dos motivos: le hace valorar la libertad, aprovecharla, ganar dinero, y sobre todo, asegura, le ha dado un fino instinto político. Mientras el resto de la gente habita en la superficie, Michael percibe el rumor de la cueva. «¿Qué fue lo primero que hicieron Lenin y Hitler cuando llegaron al poder?», pregunta, repitiendo una de las ideas favoritas de la Asociación Nacional del Rifle. «¡Requisar las armas de los ciudadanos! Cuando vengan a por las mías, primero les voy a dar la munición...».

Llegamos a Charleston.

Si hiciésemos un gráfico de nuestra hora y media de conversación, la parte en que habla Michael ocuparía el 95%. El checo aparca y deja el motor encendido; ha guardado las conclusiones para el final. Su mirada, bajo la visera, se afila en el crepúsculo. «Europa está condenada», dice en tono confidencial: «misma moneda, diferentes políticas fiscales». En Francia habrá una guerra entre musulmanes y cristianos, pero a España no le irá mal. «Tenéis genes de pueblos fuertes: visigodos, árabes y judíos. Genes resistentes. Aunque sois un poco vagos...». Lo que más le preocupa es la guerra entre Estados Unidos y Rusia. «La huelo», dice arrugando la nariz, como si captase un hedor lejano.

América tiene fiebre y un buen lugar para colocar el termómetro es Virginia Occidental, que parece Galicia con esteroides: una masa de vegetación infinita con montañas que se hunden en el cielo. Es una Galicia encabritada, como si las suaves colinas hubieran entrado en la pubertad y quisieran dominar el paisaje con mantos de niebla y desfiladeros cortados en vertical.

Hace un siglo parte de estas montañas fueron deforestadas; hoy vuelven a rugir de furia y son el orgullo de la región. Los jóvenes de Estados Unidos buscan consuelo en paisajes como este. Siempre hablan de hiking: irse de excursión. Todos los estados tienen great hikes, rutas de senderismo. Una manera de escapar al tedio de los empleos sin vacaciones, los altos precios y la comida de Wendy's.

«Todo el estado podría ser un parque natural», sostiene Kristen, original de Charleston, y asegura que dos días antes ha visto un oso negro de pie, joven, de metro ochenta. «Hay pumas, lince, ríos llenos de truchas...». Kristen está a punto de cambiar de vida; se marcha a Italia un año, tiene el coche lleno de equipaje, y antes de ir a Pensilvania para arreglar unos asuntos ha insistido en enseñarme este parque natural gigante.

Kristen habla de su tierra como si fuera una abuela entrañable. Dice que la gente cultiva perales, manzanos y melocotoneros, cría cerdos y caballos, sabe cómo leer un árbol, conservar las verduras y labrar un terreno pedregoso. La infancia transcurre entre el balido de los corderos y el heno recién cortado. Las tartas de manzana duermen en el poyete de las ventanas y la mermelada filtra el sol en tarros de cristal. Es el tacto onírico de Virginia Occidental, corazón de los Montes Apalaches, un museo de esencias más viejas que el propio Estados Unidos.

Sus primeros colonos vinieron de Escocia e Irlanda. Aquí vieron un paraje similar al que habían dejado atrás: igual de remoto, escarpado y verde. Llegaron siguiendo los ríos y montaron pueblos apartados unos de otros por colinas de bosque cerrado. Abrigados en recovecos naturales, los colonos reprodujeron su cultura de clanes. La historia local de los Apalaches en la segunda mitad del siglo xix es una sucesión de conflictos entre familias: pequeñas guerras por el ganado y el territorio. Por el orgullo y el honor y el nombre. Da igual que los pueblos estuvieran desconectados entre sí,

el patrón era el mismo: los Tolliver contra los Martin, los Turner contra los Howard, los Hatfield contra los McCoy. Emboscada a emboscada, generación tras generación. Cada condado era un lugar aislado, sin apenas población, con recursos muy escasos, y no había movimiento sin consecuencias. A diferencia de la agricultura, la ganadería no requiere mucha infraestructura y es fácil de vulnerar. No genera colaboración, sino competencia: territorialismo. Como en Escocia, Sicilia o Albania.

La región es un vivero de testarudez. De prácticas antiguas que se difuminaron en el resto del país, pero que aquí, entre montañas, han perdurado. Virginia Occidental es uno de los estados más homogéneos e inmovilistas: el 95% de sus habitantes son blancos y el 88% ha nacido allí; hay familias que viven en la misma franja de tierra, en el mismo paisaje, desde hace un siglo y medio, como si fueran parte de la flora. Por eso conocen cada palmo de terreno, los valles tan estrechos que puedes colocar una pierna en cada cumbre, los árboles que solo pueden abrazar seis personas en círculo. La montaña guarda iglesias fundamentalistas donde los creyentes manejan serpientes para hablar con Dios. La música todavía suena celta, o bluegrass; hay bautizos masivos en el río, a la presbiteriana, y whisky más puro y saludable que el agua. Un cordón umbilical los une con el pasado. De hecho, si el océano Atlántico bajase un poco de nivel, uno podría caminar desde Kentucky o Virginia Occidental hasta su cuna genética, Irlanda del Norte, por una cordillera. Los Apalaches son el único macizo transoceánico del mundo y los celtas modernos encontraron aquí un lugar en el que reproducir su cultura ruda, orgánica y resistente.

Kristen elogia este mundo romántico mientras aparta las ramas de Long Point, un camino estrecho con abismos de vegetación a cada lado. Una vegetación tan joven, tan viva, que te impregna con su manto invisible. Bajo los pies, el camino cambia de color: primero es de arena amarilla, luego de barro negro, después rojo como la arcilla. Es un parchís húmedo y natural, surcado por raíces gruesas como un brazo humano. Al final hay un promontorio desde el que se ve, a lo lejos, el New River Gorge Bridge: un puente de hierro entre dos montañas. Una vez al año Long Point se llena de gente para ver saltar a los paracaidistas desde el puente. «El montañero siempre es libre», dice Kristen, y nos dirigimos hacia el río, 900

metros más abajo.

A través de la maleza se abre un espacio de rocas planas y vías de agua rellenas de vegetación suave. Uno puede meterse en estas vías y dejarse guiar curso abajo sin lastimarse, luego trepar de vuelta, llegar a la piedra blanca, buscar una lata de cerveza y tumbarse al sol. Cada cuarto de hora, la atmósfera danzante de agua e insectos se ve rasgada por un tren de carbón. Su grito se escucha por entre los árboles y el tren aparece intermitente, igual que un dragón de hierro oxidado.

No es la primera vez que la industria se entromete en el verdor; camino de la montaña hemos visto chimeneas sobre los prados. Si uno conduce al interior del bosque, verá las cicatrices de las minas, o la nueva técnica de extracción, la mountaintop removal: literalmente, quitar a la montaña su parte de arriba (con explosivos y palas gigantes), para llegar a las vetas de carbón. Es como si a la montaña le rebanasen el cráneo por encima de las cejas y sus sesos negros se deslizasen hacia el río y los pueblos vecinos. La industria minera es un gigante que emplea y destruye al mismo tiempo. El otro corazón de los Montes Apalaches.

El paraíso pionero fue trastornado por la guerra civil; la región fue escenario de batallas, y cuando se firmó la rendición, el crimen y la guerrilla aún camparon durante años. Estados Unidos saludaba otro amanecer. El ferrocarril apareció en las montañas para tomar su carbón y conectarlas, a cambio, con el resto del país. A Virginia Occidental llegaron el teléfono, la prensa nacional y miles de empleos. La vida campestre fue solapada; los trabajadores se ciñeron un casco y bajaron al interior de la tierra. Sus barracones, junto a las minas, estaban separados del resto del mundo, en manos de las empresas. La compañía lo era todo: daba alojamiento y vales para gastar en sus tiendas, levantaba iglesias y era fuente de ley y de autoridad. Todo quedaba en un círculo, en torno al trabajo más duro de la época. El carbón alimentaba la industria de la sal y del acero y hacía funcionar los barcos de guerra. Las minas atrajeron otras nacionalidades. Se sumaron húngaros, griegos e italianos; los reclutaban nada más desembarcar en Ellis Island, en Nueva York, y los enviaban a las minas. El trabajo abundaba, igual que los riesgos: accidentes masivos como el de New River, Cabin Creek o

Monongah, en el que murieron 367 personas casi en el acto, forjaron conciencia de clase. Las diferencias se difuminaron bajo tierra y nacieron los sindicatos. Cuando los trabajadores protestaban para exigir mejores condiciones, la empresa los desalojaba de sus casas e imponía la ley marcial. Estallaron varias «guerras del carbón», que duraron un cuarto de siglo. En 1921, las autoridades se enfrentaron a diez mil obreros armados en Blair Mountain. Se dispararon un millón de cartuchos en una semana y tuvo que intervenir el Ejército.

El Gobierno local se desarrolló como un apéndice de las compañías, pero la legalización de los sindicatos y el esfuerzo de la Segunda Guerra Mundial trajeron una era de bonanza. El trabajo se suavizó, los salarios mejoraron y nació la clase media. A principios de los años cincuenta, las minas de los Apalaches empleaban a medio millón de personas.

3

Esa fue su cumbre; la época de leche y miel. Desde entonces, la mecanización, la competencia internacional, el gas natural y los límites ecológicos a las carboníferas han recortado el sector de forma sostenida. En 1985 ese medio millón de empleos mineros ya se había reducido a un tercio. Hoy quedan menos de 60 000 en todo el país [Bomey 2016]. Solo entre 2008 y 2012 las carboníferas fulminaron una cuarta parte de sus plantillas, la mayoría en los Montes Apalaches [Worstall 2016]. Quitar a las montañas su cúspide ya no precisa tanta mano de obra y los parados te miran desde un porche desvencijado junto a la carretera. Un millón y medio de personas, la mayoría jóvenes, se marcharon en los años setenta y ochenta a trabajar en otros estados. La marea económica se retiró y dejó varado en la arena un cadáver industrial.

Virginia Occidental se ha convertido en el estado con menor renta per cápita del país, después de Misisipi, y es el más azotado por las drogas; en 2014 registró el mayor número de sobredosis de medicamentos opiáceos y heroína. Los crímenes violentos, que se

duplicaron entre 1990 y 2000, siguen en máximos [West Virginia 2016]. También es el estado más pesimista respecto a la economía y el que menos respalda al presidente Barack Obama [Saad 2016].

En otras palabras, Virginia Occidental es una copia a carboncillo del discurso de Donald Trump. Tiene todos los elementos de su diagnóstico: precariedad, delincuencia, nostalgia y miedo al futuro. Cuando Trump habla de una clase obrera traicionada, aquí tiene sentido. Cuando promete recuperar un esplendor pasado, aquí se le escucha.

«Para empezar, no es un político. No es parte del establishment de Washington», dice el abogado Rusty Webb, especialista en divorcios. «Conoce las empresas, porque tiene, no sé, más de quinientas. Promete renegociar el nafta y otros tratados de comercio injustos con Estados Unidos. Y eso ayudaría a crear empleo en Virginia Occidental y en ee. uu.; empleos manufactureros». Webb defiende a Trump desde un despacho color crema al que se accede por un pasillo impecable, acristalado. Lo describe como un outsider: un rebelde insobornable porque es rico y porque no ha sido envenenado por la política. «Lo que más me gusta es su sinceridad; dice exactamente lo que piensa».

Webb asistió al mitin de Trump en Charleston durante la campaña de las primarias. Él y otras 12 000 personas, muchas de ellas con pala y casco de minero. El millonario tocó las teclas adecuadas: «Vamos a devolver a los mineros al trabajo. ¡Vamos a reabrir esas minas!», declaró, y acusó al presidente de ee. uu., Barack Obama, de cerrar las minas con la excusa del cambio climático y al mismo tiempo contaminar con sus viajes en el Air Force One. «Trump se puso un casco y fingió dar unas paladas de carbón», recuerda, risueño, Rusty Webb. Al igual que muchos votantes de Trump, a Webb le preocupan sus declaraciones altisonantes. «Él se considera tan popular que cree que puede decir cualquier cosa y que no va a afectar a su popularidad. Ese es mi miedo. Tiene un problema de ego», reconoce, pero enfatiza las ganas de Trump de resucitar la industria. «Creo que su mensaje cala en la gente que se siente marginada por la política de Wall Street. Gente que se lleva el almuerzo al trabajo cada día y que no siente que su punto de vista esté siendo expresado en Washington. La columna vertebral de este

país se siente marginada. Soy amigo de todos los congresistas de Virginia Occidental; personalmente me caen bien, pero, como grupo, simplemente no están moviendo la pelota». En la pared de su despacho cuelga el retrato a lápiz de un minero. Es el padre de Webb. Murió de asma pulmonar a los cincuenta años.

La popularidad de Trump tiene otro elemento, un elemento cultural.

Ese vergel que describen los habitantes de los Montes Apalaches, los caballos, el folk y el verdor absoluto, padece un cliché nacional recurrente. Al habitante de esta región, en sentido despectivo, se le llama hillbilly. El término alude a un señor barbudo que sale de su cabaña en camiseta interior, con una escopeta al hombro, mascando tabaco. Al hillbilly resulta difícil entenderlo; habla con acento muy nasal, es terco, brutal e inocente, seguramente fruto de la endogamia; bebe whisky destilado por él mismo y gruñe contra todo lo que huela a autoridad. Es un estereotipo muy trabajado en el cine y la televisión. Según Charles Keeney, profesor de Historia de Southern West Virginia Community and Technical College, esta llaga cultural funciona a favor del candidato republicano:

Cuando la gente habla sobre Trump, habla sobre cómo les disgusta el establishment o las élites. Cuando dicen eso, se refieren a quienes ven en televisión: se imaginan a la gente en Nueva York riéndose de ellos y llamándoles estúpidos. Cada vez que sales del estado, te enfrentas con esto. Alguien dice: Oh, ¿eres de Virginia Occidental? ¿Sales con tu prima? Guau, tienes zapatos, guau, tienes dientes, ¿seguro que eres de Virginia Occidental? Así que cuando ven que la élite pierde los papeles con el éxito de Trump, eso les hace querer apoyarle. Es como mandar a la mierda al resto del país [MacFarquhar 2016].

Fuera de Charleston, el cartelito azul de Trump-Pence se ve por todas partes, en negocios y viviendas y junto a la carretera. Es un fervor proporcional al rechazo que genera Hillary Clinton. Cuando el equipo de campaña demócrata solicitó visitar la localidad de Logan para dar un mitin, el Ayuntamiento le pidió públicamente

que ni se atreviera a pasar por allí. «Los mensajes anticarbón de la señora Clinton son lo último que necesita nuestra sufriente ciudad en este momento», decía el comunicado. La candidata había confesado semanas antes que su administración, al apostar por las energías limpias, dejaría fuera de juego «a muchos mineros y compañías del carbón». Ocho años antes, Clinton había arrasado en las primarias del estado contra Barack Obama. Un estado que solía votar demócrata hasta que el candidato del año 2000, Al Gore, puso el acento en el medio ambiente.

4

Donald Trump ganó las elecciones primarias de Virginia Occidental con el 77% de los votos: más del triple que sus nueve rivales juntos. Meses después, en noviembre, sacaría más de cuarenta puntos a Hillary Clinton. Una diferencia histórica.

Este apoyo masivo disgusta a Kristen. Ella y sus amigos sortean de puntillas el cadáver industrial que levantó las casas en las que viven y las carreteras que recorren a toda velocidad. Sus padres y abuelos fueron mineros, ahorraron y les dieron una vida cómoda que se ha ido apagando. Ahora trabajan en el sector servicios y cultivan aficiones como la artesanía, el masaje o la radio; por la noche escuchan jazz y por el día hornean tarta de manzana o moras locales. Vuelven a la naturaleza como un niño a los brazos de su madre. Y si alguien les pregunta por las minas, enumeran las heridas del paisaje. Los cuatro de cada diez pozos con niveles ilegales de hierro, manganeso, plomo y níquel, según el Gobierno [Summary 2016]. El agua del grifo que se vuelve marrón junto a las minas, aceitosa, maloliente, y cuyo efecto se nota en las bocas desdentadas, en las quemaduras de la piel o en las enfermedades de riñón. Las localidades como Prenter, que registró seis tumores cerebrales en sus apenas diez hogares. O las explosiones y lluvias de piedra que repiquetea en los tejados de Inman Hollow, donde un niño de tres años fue aplastado por una roca de casi media tonelada mientras dormía en su cama. Enumeran el millar de pilas de residuos que amenazan con desprenderse y que alguna vez han

borrado pueblos. Los bosques pelados, incapaces de contener la lluvia, que genera varias inundaciones al año, y las montañas abiertas en canal como un puerco exangüe.

Por eso Kristen, o sus amigas Marylin y Caroline, o Pops, un científico alemán octogenario, se refugian en los conciertos que se celebran monte arriba, en torno a hogueras. Con banjos, violines y arpas de boca. Te presentan a un teclista grande como una pirámide; viene de Nueva York porque adora Virginia Occidental, su vida cercana y su gente. Mirar las montañas desde el porche, tocar en bares donde se conoce todo el mundo. Está la comida local, que se apoya en el biscuit: un bollo redondo y graso; el pan de maíz, la sopa de alubias, y sobre todo la magia de vivir en familia dentro de una postal.

Si mencionas a Trump o a las minas, se vuelven sombríos. Pops, por ejemplo, vivió el nazismo cuando era niño, y dice sin ambages que América en 2016 le recuerda a la Alemania de su infancia. Su conclusión es precisa: está pasando lo mismo. Él llegó a Charleston para trabajar de físico en 1961, cuando John Kennedy estaba en la Casa Blanca. Aquí ha madurado y criado a sus hijos. Pops, la manera local de decir «papá», ya que ha visto crecer a media ciudad, habla con avidez. Su frente se arruga a cada palabra y los ojos pequeños le centellean bajo las gafas. «Donald Trump está despertando pulsiones muy negativas en la gente, contra los inmigrantes, o buscando una grandeza pasada. Llevo aquí más de cincuenta años; he visto momentos traumáticos, he visto el asesinato de Kennedy, el 11-S... Pero nunca nada como esto». Pops percibe un enfado general, fruto de la falta de perspectivas. «Si tuviera que identificar una razón fundamental para lo que está pasando, diría que, por primera vez, la gente ya no confía en que su situación vaya a mejorar en el futuro. O que sus hijos vayan a vivir mejor que ellos. Se ha dejado de creer en el sueño americano».

ROJO SUR

1

El coche avanza en la oscuridad, sobre las calles ondulantes, y el Sur cobra plenitud. La noche caliente envuelve esta carraca negra y los vecinos, que se mecen en sus porches, van quedando atrás como fichas de dominó. «Me costó ochocientos dólares», dice Alex, de pelo engominado, «pero tira muy bien».

Alex cuenta su historia sin filtro aparente. Confiesa que antes trabajaba de bróker ilegal. Su empresa pagaba diez mil dólares por la «pista» de una persona con dinero. Después Alex llamaba a esa persona y la enredaba con inversiones ficticias, hasta que se cansó. Ahora hace «un poco de todo». Es el dueño de la habitación en la que duermo y me ha propuesto ir a tomar una cerveza con sus amigos.

La música llena las terrazas y en todas partes se ven escotes, músculos, tatuajes, cabezas teñidas o semiafeitadas. Dicen que la gente sureña está más cerca de su yo profundo, del subconsciente. Como si los deseos y miedos más íntimos titilaran en la superficie. Aunque solo sea por la humedad y por los árboles inclinados sobre las aceras irregulares y estrechas, o por la mujer que se cruza cantando con las pantorrillas blancas tatuadas, esta es la impresión que da Louisville, en Kentucky.

Viajar al Sur es como deslizarse por un jardín caldeado y fragante. A diferencia del Yankeedom, aquí se percibe un gusto por la retórica; la gente conversa por el placer de oírse la voz. El acento varía localmente, pero conserva un hilo común, saltarín y ceremonioso; en lugar de hablar, el sureño escancia las palabras. La hospitalidad es su orgullo, y el honor: la barrera contra el «desencanto» de la industria. «El Sur tiene dos dimensiones», observa un amigo de Alex, confirmando, a sabiendas, el estereotipo. «La gente es más hospitalaria, te mira a los ojos, te habla, ¡no como

en Nueva York! Pero aquí todavía hay mucha gente de la “vieja escuela”. Ya sabes, el racismo y todo eso».

2

Si dividiéramos Estados Unidos en diferentes naciones [Woodard 2011], Deep South sería la más conservadora. Una tierra de estructura social muy rígida y reticente a la autoridad del Gobierno federal. El historiador W. J. Cash identificó la fuente de esta mentalidad en la aristocracia [Cash 1991].

Primero está la frontera, dice Cash. La expansión hacia el Sur habría cincelado el carácter hospitalario. La soledad del colono, el tener que roturar la tierra indómita, sufrir y trabajar, y estar expuesto a dificultades, desde el ataque de un oso a riadas o choques con los nativos, lo haría naturalmente sensible al prójimo. En semejantes condiciones los colonos tienen que ayudarse unos a otros. Cuando de la nada emerge un desconocido a lomos de su caballo, ¿cómo no ofrecerle una buena comida, un vaso de whisky y una noche de descanso en sábanas limpias? Este es un rasgo común a los habitantes del paisaje inhóspito. Mañana pueden ser ellos quienes necesiten de esa hospitalidad.

El estilo caballeresco, la ceremonia hacia las mujeres, el duelo con pistolas y al amanecer, serían fruto de la ausencia de autoridad estatal, de tener que hacer y aplicar sus propias leyes; y de la soberbia inherente al enriquecimiento rápido. Según Cash, muchos colonos pasaron de pobres a grandes terratenientes en pocas décadas; se hicieron «nuevos ricos». Los irlandeses que levantaron mansiones en los campos de Alabama o Georgia se convencieron de que su destino era especial y empezaron a desarrollar un gusto por el Medievo. De repente, sus apellidos provenían de los linajes más rancios de Europa. Sus antepasados habían sido reyes y grandes prelados cuya sangre noble florecía en América. Los aristócratas sureños encargaban genealogías a medida y sellos heráldicos. Refinaban sus conocimientos de alcohol, tabaco y literatura. Compraban colecciones de clásicos que luego no leían, pero que

daban testimonio de su vasta cultura.

Todavía quedan plantaciones en pie, como Belle Meade, en Nashville, Tennessee. La «Reina» pasó de cabaña de troncos a mansión blanca de columnas dóricas en menos de cincuenta años. Sus dueños, la familia Harding-Jackson, vivía de la cría de purasangres, de la venta de leche y mantequilla, de la artesanía y de los viñedos. El vestíbulo de la casa impresionaba con sus cuadros equinos, cubertería de plata y lámpara de araña. Luego había un salón dedicado a las recepciones sociales, con mesas para el té, licores, dos pianos y ventanas grandes como puertas para invitar la brisa en verano. En la habitación del señor, personal y masculina, de madera oscura, con más cuadros de caballos, lucían libros y alcohol. Para cerrar tratos importantes, una cámara dominada por la cabeza de un bisonte. Ambiente de puro y vaso de bourbon. La planta de arriba, a la que se accedía por una escalera en espiral, con jarrones y cuadros colocados en la pared curva de tono pastel, daba a las habitaciones de camas columnadas y cortinajes lánguidos, mecidos por el aire del campo.

Así era el mundo agrícola, jerárquico y sentimental; una lentitud proclive a los cuentos y actos sociales para colorear el ciclo de la cosecha. Parte de este universo romántico eran el candor y los buenos modales. Y parte de él, también, era la esclavitud.

El modelo esclavista llegó de Barbados; esta isla del Caribe se había quedado pequeña para los señores del azúcar británicos, que reprodujeron sus haciendas en la América colonial. Belle Meade llegó a servirse de 163 esclavos negros para desempeñar todas las tareas. La plantación, que medía veinte kilómetros cuadrados, tenía que alimentar a tanta gente que guardaba en salazón decenas de jamones y carne de ternera. Los esclavos vivían de acuerdo a su estatus. Los profesionales carpinteros, mamposteros o herreros, más propensos a la fuga, moraban en cabañas blancas; los sirvientes personales en la mansión, al pie de la cama de sus dueños, y el resto, en estructuras de troncos. Los muertos iban a cementerios separados y la familia oficiaba de noche sus ritos importados. El látigo del blanco impuso el silencio, y por el estrecho camino de la tristeza oral nacerían el blues y el jazz.

La invención de la despepitadora de algodón agrandó la necesidad

de brazos en la cosecha. El Dr. Stephen Duncan, de Misisipi, llegó a esclavizar a dos mil personas para su campo de algodón; el coronel Joshua John Ward tuvo más de mil cien al mismo tiempo. La esclavitud se imbricó aún más en la vida económica. Algunos amos criaban a los hijos de los esclavos; otros practicaban la tortura, inquietos por las revueltas que estallaban en el Caribe.

Los terratenientes justificaban la «peculiar institución» como una costumbre más; un hecho natural que ya practicaban los egipcios, los griegos y los romanos. El negro, decían, es otra especie; no está hecho para vivir en la civilización y por tanto le corresponde trabajar en cautividad, al estilo medieval. Para dominar sus plantaciones, similares a pequeños estados, los aristócratas se convertían en emperadores: vestían de blanco, lucían barbas de puñal, bastones caros y amplios sombreros. Imponían castigos durísimos, hacían favores y daban fiestas bíblicas. Eran mecenas, políticos, millonarios; fuentes de saber y de fuerza. La voluptuosidad de sus maneras envolvía el horror en el que basaban su riqueza.

La guerra civil demolió la esclavitud, pero su esencia quedó intacta. La mayoría de estados aprobaron leyes de segregación racial, especialmente en el Sur; los «códigos negros» permitían a la policía detener a los afroamericanos por faltas como estar desempleados; estos eran objeto de acoso, multas y penas de trabajo forzado. La ley partía la sociedad en dos mitades: una en la que vivían los blancos, protegida y con servicios de calidad, y otra en la que vivían los negros. Había escuelas, iglesias y restaurantes segregados; cines, teatros, baños, tranvías y ligas separadas de béisbol y de baloncesto. Si en algún caso compartían espacio, en una cafetería o en un autobús, los blancos tenían preferencia. Las autoridades lo justificaban con la seguridad; los negros, decían, eran percibidos como los causantes de la guerra civil y de la derrota en ella, y mantenerlos aparte los protegía del resentimiento de los blancos, de los linchamientos y de grupos como el Ku Klux Klan. La esclavitud y luego la segregación no eran los únicos rasgos de esta sociedad de castas. Una gran parte de la población blanca se había visto reducida a un salario de miseria generado por la competencia desleal, aunque involuntaria, de los esclavos negros. El insulto White trash, «basura blanca», describe las generaciones de blancos

sumidos en la precariedad o el desempleo. Una condición que pervive en las bolsas de pobreza del Sur.

Protesta a protesta, litigio a litigio, la segregación fue desmontada en los años sesenta. Pero las aguas raciales siguen agitadas, presentes en la desigualdad y en las espinas del lenguaje y la apariencia; su cresta de espuma, su parte más visible, son la violencia policial y los movimientos que han surgido para denunciarla. El «pecado original» de Estados Unidos continúa viciando su atmósfera, como gasolina derramada.

3

El racismo es un lecho de sedimentos en el fondo del país. Una capa de prejuicios que se pueden remover con un palo. La victoria de Barack Obama en 2008 removió este sedimento.

Su elección no fue casual; Estados Unidos ha mutado en los últimos cincuenta años. Desde su fundación hasta los años sesenta, más de un 90% de la población era blanca. Ahora los blancos forman en torno a un 63%, y la cifra sigue disminuyendo. El índice de natalidad de negros y latinos duplica el de los blancos y la inmigración centroamericana ha cambiado la textura del país. Según la Oficina del Censo, la raza blanca dejará de ser mayoría en 2044 [New Census 2015]. Este cambio se nota en toda la clase dirigente. 2012 fue el primer año de la historia en que no había ningún blanco protestante en ninguno de los cuatro puestos más altos del estado. No es solo una cuestión de porcentajes; la mentalidad evoluciona. Barack Obama, que ni siquiera es negro, sino mestizo (mitad Scotch-Irish, como aquellos colonos de Virginia Occidental), ganó con el apoyo de las minorías y de una buena porción de blancos de clase alta u obrera. Como habría sucedido con cualquier aspirante demócrata. Su nombre árabe o el color de su piel, aunque de gran poder simbólico, fueron solo algunos factores. Pero si bien es absurdo mirar a Obama únicamente desde el prisma racial, también lo es negar el impacto de su tez oscura en la Casa Blanca.

Según el Southern Poverty Law Center, una organización de Alabama que documenta los «grupos de odio» desde los años setenta, el número de milicias antigobierno se multiplicó por ocho durante el primer mandato de Obama; pasaron de 42 a 334 [Barro 2016]. El fenómeno comenzó nada más anunciar Obama su campaña presidencial en 2007. Parte de la reacción se debe a su credo socialdemócrata; el miedo, por ejemplo, a que limitase la venta de armas. Y parte al color de su piel, como dice Ryan Lenz, investigador del splc. «Tradicionalmente, las milicias se asocian con la extrema derecha; empezaron a cuestionar la ciudadanía de Obama y a hablar de sus políticas. Estos grupos ayudaron a estructurar el descontento blanco». La elección del primer presidente afroamericano hizo que la extrema derecha se organizara, y la venta de armas se disparó. La producción de armas de fuego en Estados Unidos aumentó un 18% durante los ocho años de la segunda administración Bush. Durante los años de Obama se multiplicó por dos y medio; subió un 158% [Miniter 2016].

El ascenso de Donald Trump agita de manera invertida este sedimento. Los racistas no han reaccionado, sino que han pasado a la ofensiva.

El número de «grupos de odio» está en máximos históricos; son cada vez más activos y apoyan públicamente el ascenso de Trump. Neonazis como Andrew Anglin o el supremacista Richard Spencer celebrarían su victoria en noviembre. Le llamarían «Dios-Emperador» y anunciarían el comienzo de una «política identitaria» en Estados Unidos. El antiguo jefe del Ku Klux Klan, David Duke, respalda abiertamente la candidatura del magnate, y este deja pasar unos días antes de rechazar dicho apoyo. «Donald Trump está, sin lugar a dudas, aventando las llamas de la extrema derecha en este país», sostiene Mark Potok, editor jefe de la revista Intelligence Report, del splc. «Les ha dado aire que respirar, les ha abierto un espacio político, lo que permite a la gente expresar opiniones que estaban fuera de los límites hace solo unos años. Mira lo que están diciendo los propios grupos: “que Dios bendiga a Trump; él ha llevado nuestras preocupaciones a primera línea”, lo cual es verdad».

Si Donald Trump fuese un barco y el racismo las rocas de la costa,

veríamos cómo el barco está siempre a punto de encallar. Su casco de metal roza las afiladas rocas, se oyen chirridos, el barco sube y baja entre la espuma. La sospecha se extiende casi un siglo. Su padre, Fred Trump, fue arrestado por participar en una manifestación del Ku Klux Klan en 1927, y el currículum de ambos tiene manchas raciales; unas más notables que otras.

Año 1989. Una mujer blanca de veintiocho años, banquera de inversión, es atacada y violada mientras hace jogging en Central Park. Poco después la policía detiene a cuatro jóvenes negros y uno latino; tienen entre catorce y dieciséis años y encajan con el perfil de banda criminal clásica de la parte alta de Manhattan. Las portadas se vuelven locas; hablan de «bandas de lobos» en busca de «presas», «merodeadores», «monstruos», «locos inadaptados». Nueva York se lanza contra los presuntos culpables y un conocido millonario se ofrece a liderar la cruzada. Donald Trump pide al estado que restaure la pena de muerte y que se la aplique a estos cinco adolescentes. Compra una página entera en los cuatro periódicos principales de la ciudad para exigir la ejecución, y escribe esta frase en mayúsculas: «Las libertades civiles acaban cuando empieza un ataque a nuestra seguridad». Cuatro de los cinco detenidos confiesan, pero poco después alegan haberlo hecho bajo intimidación policial. La víctima declara que la dejaron inconsciente desde el principio y que no recuerda nada. Pese a la falta de pruebas, y a que el ADN hallado no concuerda con el de ninguno de los acusados, estos van a prisión.

El caso de «los cinco» sigue siendo estudiado como ejemplo de sensacionalismo y volubilidad de las masas. Un suceso capaz de prender una hoguera de venganza, odio y prejuicio, y cuyo maestro de ceremonias fue Donald Trump. «El alcalde Koch ha declarado que el odio y el rencor han de ser sacados de nuestros corazones», declaró Trump en su anuncio a página completa. «No lo creo. Quiero odiar a estos ladrones y asesinos. Deben ser obligados a sufrir y, cuando matan, deben ser ejecutados por sus crímenes». Según el testimonio de uno de los acusados, el anuncio de Trump provocó una oleada de amenazas de muerte contra ellos y sus familias.

Trece años después un hombre confiesa el crimen. El ADN

concuenda. Los «cinco de Central Park» son absueltos, pero Donald Trump rechaza el veredicto. En 2014, después de que los cinco reciban cuarenta millones de dólares de indemnización, Trump dice que esto es una «desgracia» e insiste, contra todas las pruebas, en que son culpables.

Su campaña política empieza igual, con un llamado a restaurar la paz que supuestamente han roto los inmigrantes indocumentados: traficantes, violadores, asesinos de niñas modélicas. El islam es identificado con el terrorismo y el candidato promete vetar la entrada de musulmanes en Estados Unidos. Sus palabras son piedras arrojadas a un lago que se llena de ondas. Entre 2015 y 2016 el número de grupos islamófobos aumenta un 200%, de 34 a 101, y se incrementan los ataques a mezquitas en todo el país.

Un progresista llamaría a esto dog whistle politics, o «política de silbato para perros». Un mensaje con dos niveles: el nivel visible y el nivel encubierto, los decibelios que solo capta el prejuicio. Trump no habla de los afroamericanos, sino del sistema de justicia. No habla de los mexicanos, sino de crimen e inmigración ilegal. Pero su recurrencia al estereotipo remueve el sedimento racista, que acude, como un perro, al silbido.

Estas dos figuras opuestas, Obama y Trump, la calma contra la tempestad, chocan en 2011. Trump saca el silbato para hacer un ensayo general de campaña. Obtiene de internet una información sencilla, escandalosa y falsa: el bulo de que el presidente Barack Obama no ha nacido en Estados Unidos (y por tanto no puede, legalmente, ser presidente). El chamán enciende una hoguera, la alimenta en los medios, y las llamas suben tan alto que Obama acaba pidiendo a Hawai que publique su certificado oficial de nacimiento. Donald Trump sigue insistiendo en que «mucha gente» posee otra clase de información sobre el presidente. Que ojalá se equivoque, porque sería «el timo del siglo», pero que tiene a gente «mirando el tema» y que «no puede creer lo que está descubriendo». Una vez más la televisión le da espacio y Trump lo usa para promocionar sus ideas políticas.

Barack Obama no puede contenerse, y en la Cena de Corresponsales de ese año, con Donald Trump presente en la sala, dedica su tradicional discurso cómico a humillarle. Obama se ríe de su

programa, The Apprentice, se ríe de su «amplia experiencia», de las teorías conspirativas que tanto le gustan y hasta proyecta una foto de cómo sería la Casa Blanca si Trump viviese en ella, con su nombre de oro y neón en el frontispicio. El humorista Seth Meyers lo remata mofándose de su pelo, que parece un zorro muerto, y su ridícula ambición política. Donald Trump escucha inclinado hacia delante, su casco reluciendo en la oscuridad, la mandíbula tensa, la piel más roja que nunca.

Dicen que fue aquí cuando se decidió a dar el paso.

LA DEMOCRACIA SE APAGA

1

Hemos comparado el mensaje de Trump con una «jauría de perros», y hemos dicho que Trump se acerca al poder como «un ejército marchando a través de la democracia». Los dos símiles evocan violencia; en el primer caso, una violencia caótica, de muchedumbre. En el segundo, una violencia organizada. ¿Acaso es justo? Si uno preguntara a cualquiera de los 63 millones que le acabarían votando, algunos de los cuales se han pasado ya por estas líneas, es obvio que la impresión sería distinta. Veríamos en Trump al hombre excepcional que salvará al país del desastre, o a un empresario pragmático que aireará un poco el Gobierno, o simplemente el cambio por el cambio. En casi ningún caso (en algunos sí) oiríamos hablar de violencia o del final de la democracia.

Y sin embargo, ese miedo se respira muy pesadamente en millones de hogares. La manipulación de los hechos más elementales, la incitación a la xenofobia o la propia personalidad del candidato, que ciega el paisaje cual hongo atómico, envenenan el ánimo de mucha gente. La monotonía cotidiana se agrieta, y por las fisuras empiezan a colarse fantasmas, comentarios del tipo «las instituciones son fuertes», como si hablásemos del casco del Titanic, y diálogos que un año antes habrían sido ciencia ficción. Una manera de analizar el peligro, o la incertidumbre, o incluso, si se quiere, la «novedad» de ver ascender a Trump, es insertar su figura, como una rueda dentada, en un engranaje mayor. Imaginar su cabello relumbrante en otra época; darle una túnica raída y exhibirlo ante los sabios, en un anfiteatro. Colocarnos las zapatillas de casa y arrimarnos al fuego de los clásicos.

2

La primera teoría es la anaciclosis, esbozada por Platón y Aristóteles y desarrollada por Polibio. La anaciclosis sostiene que la historia es cíclica, una serie de fases que se suceden en forma de rueda. Cada fase o sistema político tiende a degradarse y es lentamente reemplazado por el siguiente, y así hasta volver a la casilla de salida. La democracia es una de esas fases y aparece con la clase media: una capa de población lo suficientemente amplia y próspera como para ser independiente e imponer su voluntad, mediante las urnas, al Estado. Si desaparece la clase media, también lo hace la democracia.

El Institute for Anacyclosis, con sede en Carolina del Norte, actualiza el modelo de Polibio. Le da una dimensión internacional y afila su vertiente económica. Su objetivo, además del estudio, es alertar de que la democracia no es inmortal. Más bien al contrario: es un sistema que se ha dado muy pocas veces en la historia. Una forma de gobierno excepcional que va y viene, como las mareas, como las bandadas de mirlos. Un minuto luminoso entre siglos de penumbra. El Institute for Anacyclosis quiere convencer a la sociedad de que su máxima prioridad debe ser proteger a la clase media, porque solo así mantendrá el sistema democrático.

«La secuencia está relacionada con la difusión y la reconcentración de la riqueza», explica Timothy Ferguson, abogado corporativo, profesor y presidente del Institute for Anacyclosis. «Si la precondition para el desarrollo orgánico de la democracia es la difusión de la riqueza, la precondition para la monarquía es la reconcentración de la misma». El paralelismo que usa Ferguson para entender el presente es la antigua Roma, que pasó de monarquía a república, plutocracia (gobierno de los ricos), demagarquía (gobierno de los demagogos) y vuelta a empezar. Nuestra fase equivaldría a la Roma del siglo i antes de Cristo. La expansión romana por el Mediterráneo aceleró el flujo de esclavos y mercancías baratas a la república. La clase media agraria, que sostenía un modelo parcamente representativo, no pudo competir, declinó y nació una sociedad polarizada entre los ricos, poseedores de tierras y esclavos, y el resto. Es decir, una plutocracia. Los minifundistas, empobrecidos, apoyaron a demagogos que

prometieron devolverles la prosperidad. Esta fase de campeones elevados por la muchedumbre sería la demagarquía. Las pasiones canalizadas por estos líderes minaron la autoridad del Senado, estalló una guerra civil y la única manera de restaurar la paz fue mediante la imposición del mando único. El general victorioso se proclamó emperador y así fue cómo Roma volvió a su monarquía original.

Ferguson insiste en que el proceso de cambio es progresivo y gris; a veces coexisten dos sistemas, como la democracia y la plutocracia, que se dan codazos en la estructura institucional. Según él, Estados Unidos ya se parece más a una plutocracia, como el resto de Occidente. La clase media lleva años en declive, los ricos gobiernan y por eso tenemos ya un pie en la siguiente fase: el ascenso de los demagogos. La baza desesperada del pueblo para recuperar su estatus.

Imaginemos, en Estados Unidos, una escala de empleo: arriba, los trabajos mejor pagados; abajo, los que peor, y hacia la mitad, ocupando la mayor parte de la escala, una sólida masa de empleos de clase media. En los últimos veinticinco años parte de estos empleos de clase media han desaparecido: se han quedado obsoletos por la tecnología o se han ido al extranjero. A medida que Europa y Asia completaban su industrialización en los años sesenta, las compañías americanas perdían su ventaja competitiva. Entre 1965 y 1973, el margen de beneficios del sector manufacturero en ee. uu. cayó un 40,9%, y el del sector no manufacturero un 23,1%. El trabajador de Connecticut ya no competía con el de Minnesota o Nueva York, sino con el de Turín o el de Osaka; el despegue económico de China y la India recrudeció este proceso. Las corporaciones respondieron de tres maneras: recortando las condiciones laborales para limitar costes, invirtiendo en tecnología y deslocalizándose a países con mano de obra más barata, usando, como ventana, los tratados de libre comercio que fueron siendo aprobados.

Como consecuencia, el sector manufacturero de Estados Unidos pasó de emplear al 18,5% de la fuerza laboral en 1979 a menos de la mitad, el 7,5%, en 2009. La industria fue gradualmente reemplazada por el sector servicios, cuyos empleos ofrecen, de

media, salarios más bajos y menos prestaciones laborales [Langdon y Lehrman 2012]. La escala económica se vació por el centro y los extremos fueron ganando peso. Mientras la clase media se debilitaba, los empleos mejor pagados se fortalecían y los peor pagados crecían en proporción: entre 1979 y 2007, el ingreso medio del 60% de la población creció menos de un 50%. Mientras, el ingreso medio del 1% más rico aumentó más de un 300% [A Guide 2016].

Según estas cifras, Estados Unidos vive hoy la mayor desigualdad de su historia [Saez 2016]. Pese a la recuperación económica iniciada en 2009, el norteamericano medio ha retrocedido al nivel de vida que tenía en los años noventa. Los ingresos familiares han descendido en dos tercios de los estados. La clase media, según el Pew Research Center, dejó de ser mayoría en 2015, y el joven estadounidense de hoy gana un 20% menos de lo que ganaban sus padres a la misma edad. Un indicador gráfico de esta tendencia son los sueldos dentro de una empresa. En los años cincuenta, el consejero delegado medio ganaba 20 veces más que el trabajador medio de esa empresa. En el año 2000, 120 veces más. Hoy su salario es 204 veces mayor [CEO-To-Worker 2013]. Aunque el país haya superado la Gran Recesión, la herida de fondo, la precariedad, persiste, y el optimismo que mueve la economía se desvanece. Poco a poco cristaliza la idea de que el progreso no tiene por qué ser lineal. Que el padre sea más próspero que el abuelo, y el abuelo que el bisabuelo, no significa que el nieto vaya a seguir dicha evolución.

Disminuye el bienestar, y crece, según varios indicadores, la amargura. El pesimismo económico ha tocado techo varias veces en la última década, sobre todo entre las personas de raza blanca, y la confianza en las instituciones baja a un ritmo sin precedentes. El porcentaje de estadounidenses que aprueba la labor del Congreso descendió al mínimo histórico del 9% en 2013, cuando cerraron las oficinas del Gobierno federal por falta de acuerdo presupuestario, y desde entonces no pasa nunca del 20% [Congress 2017]. La confianza en los medios de comunicación llegó al menor nivel jamás registrado en septiembre de 2016. Según Gallup, solo un 32% de los encuestados confiaba en el periodismo; entre los votantes republicanos, un 14%. El pesimismo incluso distorsiona la realidad. Pese a que el crimen ha caído a la mitad desde principios de los

años noventa, siete de cada diez estadounidenses creen que ha aumentado [Lopez 2016]. Y, por primera vez en la historia, una mayoría de ciudadanos piensa, contra toda evidencia, que su país ya no es la primera potencia militar del mundo [Americans 2016].

Los humos no tardan en salir a la superficie.

De la misma forma que se ha vaciado el centro del espectro económico, también lo hace el centro del espectro político, y los extremos ganan peso. Al Partido Republicano le sale una protuberancia, el Tea Party, una miscelánea de grupos libertarios y ultraconservadores unidos contra la Administración Obama. El Tea Party, llamado así en honor de los bostonianos que hundieron un barco inglés cargado de té como rechazo a los impuestos de la monarquía, se opone a cualquier expansión del Gobierno: desde el seguro de salud subvencionado al aumento del déficit o el rescate bancario. Sus filas, descentralizadas, unidas tibiamente en internet y por la voz de algunas figuras destacadas, crecen en las calles y llegan a marcar la agenda del Partido Republicano. Su mensaje es populista: odian al establishment, quieren devolver el Gobierno a su limitado tamaño original y, si bien consideran Estados Unidos un país «excepcional» a ojos de Dios, tienden a rechazar una política exterior activa.

Meses después, en la otra orilla política, sale de la nada un movimiento de indignados americanos: jóvenes que se han dado cuenta de que tardarán treinta años en pagar su deuda estudiantil y de que serán más pobres que sus padres. Miles de ellos acampan en el centro financiero del mundo bajo el nombre de Occupy Wall Street. Denuncian la desigualdad, la codicia de los grandes bancos y el opaco matrimonio de política y dinero. Igual que el Tea Party, pero desde la izquierda, Occupy quiere recuperar la pureza de los principios democráticos en la idea de «una persona, un voto», pervertida, en su opinión, por el creciente peso del dinero en el sistema político. «Somos el 99%», dice su eslogan: una mayoría oprimida por la clase plutocrática.

Ambos movimientos están en las antípodas, pero tienen algo en común: canalizan el descontento popular contra las élites y plantan las semillas que florecerán en 2016.

Así discurre la teoría de la anaciclosis. La democracia fluye como un río suave cuando el dinero abunda, pero si este falta o lo acumulan unos pocos, entonces el río se vuelve riada y arrastra palos y piedras. La marea crece en busca de vías para desahogar su fuerza volcánica, y termina encontrando un canal.

«Él fue el primero que gritó en una plataforma pública, que usó lenguaje abusivo y que habló con su capa envuelta en torno a él, cuando todos los demás solían hablar vistiendo adecuadamente y con adecuadas maneras». Estas palabras tienen casi 2400 años; Aristóteles describía así a Cleón, un rico ateniense que llegó al poder atacando, con respaldo de las clases populares, a la misma aristocracia a la que pertenecía. Cleón no dudaba en apelar a las emociones más candentes, manipular los hechos y prometer lo imposible; utilizaba la exageración y el insulto y colmó la polis de espías que le informaban del devenir de sus adversarios. Su táctica fue contraponer al pueblo, sinónimo de pureza, con la malvada élite corrompida. Si Pericles ha pasado a la historia como el estadista griego más elocuente, paciente y mesurado, Cleón, que basó su carrera en atacarle y que le sucedió a su muerte, sería su antítesis: un orador feroz que desprecia la retórica y que no duda en adoptar cualquier postura que le sirva personalmente.

Cada ciclo político tiene su Cleón; el demagogo siempre vuelve, como un zorro al gallinero. Aunque el paisaje sea diferente al de una polis griega, mucho menos sencillo y transparente, sin odres de vino y tinajas de aceite cargándose en el Pireo, sin túnicas blancas luciendo al sol ni trirremes avanzando en medio de la espuma; aunque la época, el contexto y el escenario sean otros, la esencia es la misma: la ira popular fluye hacia un líder nuevo que gana fuerza y sale disparada como una bola de acero en dirección al sistema.

La revista Time preguntó a varios historiadores por la figura del demagogo. Philip Freeman, profesor de Cultura Clásica en Luther College, insistió en la Roma descrita más arriba, una república

afectada por la desigualdad, polarizada y tierna para el festín de los lobos: «Julio César era un político carismático e inusual que sabía lo que las masas querían oír», escribe Freeman. «Usó su inmensa riqueza para llegar a las alturas del poder político. Los políticos de la vieja guardia estaban horrorizados por su ascensión e hicieron todo lo que pudieron para pararlo, pero nada funcionó. Cuanto más hablaba el establishment contra él, más le amaba la gente común. Así que las masas lo celebraron cuando César cruzó el Rubicón en el año 49 a. C. y barrió a los políticos de carrera. Prometió agitar las cosas, y lo hizo, pero no pasó mucho tiempo hasta que se proclamó dictador vitalicio. Fue asesinado en los idus de marzo del año 44 a. C. Pero era demasiado tarde. Las estructuras del Gobierno republicano habían sido desmanteladas y la voz del pueblo silenciada para el resto del Imperio Romano» [What History 2016].

En su libro *Demagogue: The Fight to Save Democracy From Its Worst Enemies*, Michael Signer explica que el surgimiento del demagogo es uno de los modos que tiene la democracia de autodestruirse; una figura que va y viene en ciclos, como sabían los fundadores de Estados Unidos. Signer presentó su libro en 2009, lleno de candidez, hablando de Hugo Chávez, de Hassan

Nasrallah, o de figuras largo tiempo olvidadas como el gobernador Huey Long o el senador Joseph McCarthy. En 2016, su pesadilla se hace realidad. Signer acusa a Donald Trump de ser un demagogo porque encarna, según él, cuatro elementos: Trump se presenta como un «hombre de las masas», el héroe de la gente común frente a la élite. Es alguien que desencadena grandes olas de emoción, que luego utiliza para beneficio político, y que «amenaza o rompe las reglas de gobierno establecidas».

De la misma forma que el Tea Party y Occupy Wall Street surgieron casi al unísono, el fenómeno Trump no viene solo. En la otra orilla, un hombre septuagenario con matas de pelo blanco a los lados, que lleva cincuenta años blandiendo como una espada el mismo discurso, que ha sido alcalde y que ahora es senador de un bello estado otoñal del noreste, ocupa el escenario por sorpresa. Ha esperado décadas, pero este es su momento. Se llama Bernie Sanders y en sus mítines se respira más vigor que en los de su rival de las primarias demócratas, Hillary Clinton. Su campaña, igual que

la de Trump, comienza de manera muy escueta, casi personal, y se ve rápidamente superada por su propia popularidad. Al equipo de Sanders llegan veteranos de Occupy Wall Street que reproducen su mensaje en los millones de espejos de internet. Bernie, como le conocen sus seguidores, planta cara a Hillary; la acusa de ser una pieza más del sistema, de Wall Street, y la vence en dieciséis estados de mayoría trabajadora y blanca. El ariete del «socialista democrático» es la juventud. En las elecciones primarias, el senador de Vermont gana más votos de jóvenes que Hillary Clinton y Donald Trump juntos.

A pesar de que su carácter y su ideología le separan océanos de Donald Trump, ambos tienen un programa sencillo y afilado que estira las costuras de la realidad. El republicano promete levantar y vigilar un muro con México de más de 3000 kilómetros, prohibir la entrada en el país a los musulmanes, casi una cuarta parte del género humano; localizar, detener y deportar a once millones de inmigrantes sin papeles, y resucitar una industria manufacturera que sería mucho más costosa que las alternativas emergentes. Bernie Sanders promete crear un sistema de salud universal de estilo europeo, volver gratis la universidad pública, crear un millón de empleos para jóvenes, duplicar el salario mínimo por hora e invertir un billón de dólares en infraestructuras. Los dos se oponen a la élite, los dos apelan a la clase trabajadora y los dos rechazan el tratado de libre comercio con el Pacífico.

En junio los «sanderistas» son derrotados, pero el tirón de su campaña obliga a Hillary Clinton a condimentar el programa con un sabor más izquierdista.

En 2016 la etiqueta «demagogo» es solapada por un concepto similar, más ligero, aunque también negativo: el concepto de «populista». El populista ha sido comparado con el borracho de las bodas, alguien que se levanta en medio del festín y dice cuatro verdades a la cara de los invitados. Los novios se sonrojan, la ceremonia se tambalea, pero todos saben que el borracho dice la verdad. Así, los líderes populistas invitan a revisar el sistema político y a reequilibrar las fuerzas en juego. John Judis, autor del sobrio *The populist explosion* [Judis 2016], deduce que el populismo «no es una ideología, sino una lógica política», y añade:

«Los populistas de izquierdas lideran al pueblo contra una élite o un establishment. [...] Los populistas de derechas lideran al pueblo contra una élite a la que acusan de dar vía libre a un tercer grupo, que puede consistir, por ejemplo, en inmigrantes, islamistas o militantes afroamericanos». Los dos populismos alaban al hombre común. Los dos irrumpen en Estados Unidos.

Este ascenso de «campeones» también se da en Europa, donde el cuadro económico general es aún peor. Según Timothy Ferguson, estamos entrando en la fase de «competición internacional de demagogos» [Barro 2016].

4

Uno de los mimbres para entender la irrupción de la demagogia en Occidente sería este: la economía y su eco social. Hay otra teoría, más filosófica, nebulosa y resbaladiza. Una teoría de opuestos que se atraen y repelen como dos polos imantados.

El escritor Andrew Sullivan reconoce que, durante la campaña presidencial, no dejó de pensar en La República, el clásico de Platón [Sullivan 2016]. En un pasaje donde Sócrates argumenta que la democracia lleva dentro su propia destrucción porque va demasiado lejos. Según esta teoría, la democracia está basada en dos pilares: la igualdad y la libertad. Si la democracia dura lo suficiente, estos dos pilares se ahondan tanto que acaban revirtiendo el orden tradicional. Se convierte en lo que llamaríamos una «hiperdemocracia»: cuando los hijos mandan sobre los padres y los alumnos sobre los profesores, cuando los extranjeros tienen los mismos derechos que los nacionales, las razas y clases sociales se mezclan, el rico viste como el pobre, el sexo es libre, también el género, y los animales son tratados como personas. El ciudadano es malcriado por tanta libertad y se vuelve caprichoso. Cualquier nimiedad lo ofende y se queja públicamente. Su poder es vasto; su ego, una joya que mimar y cuidar, y siempre quiere más: no hay derecho suficiente, ni autonomía capaz de saciarle. Y los líderes, si quieren ser populares, solo pueden satisfacer esta sed de libertad y

opciones infinitas.

Esto decía Platón, en boca de Sócrates, hace dos milenios y medio: «Cuando un estado democrático sediento de libertad llega a tener como jefes malos escanciadores, y se embriaga más de la cuenta con ese vino puro, entonces, pienso, castiga a los gobernantes que no son muy flexibles ni proporcionan libertad en abundancia, y los acusa de criminales y oligárquicos». Dado que ningún político se atreve a dar otra cosa que no sea más libertad, escribe Platón, «el alma de los ciudadanos se torna tan delicada que, si alguien le proporciona una pizca de esclavitud, se irrita y no lo soporta». Este comportamiento acaba por entrar en todos los segmentos sociales: «El padre se acostumbra a que el niño sea su semejante», «el maestro teme y adula a los alumnos» y «el meteco es igualado al ciudadano» [República, VIII].

A continuación es como si el griego se acomodase en un banco de Central Park en 2016 y viera pasear a los perros neoyorquinos, tratados como reyes, impolutos, con jerséis, chubasqueros o zapatos de goma que les protegen de la sal que arrojan los empleados municipales para prevenir las placas de hielo. Perros que tienen paseador, entrenador y una dieta a medida. Perros que beben agua de botella y se quedan en casa con música soul y calefacción para que su comodidad no descienda ni un milímetro cuando están solos. «Y que los animales sujetos al hombre son allí más libres que en cualquier otra parte, no lo creería alguien que no hubiera tenido la experiencia», explica el filósofo. «Y así también los caballos y los asnos se acostumbran a andar con toda libertad y solemnidad, atropellando a quien les salga al paso, si no se hace a un lado; y del mismo modo todo lo demás se halla pletórico de libertad».

Sullivan recuerda las circunstancias de Platón, un hombre que detestaba la democracia por motivos, en parte, personales (su mentor, Sócrates, había sido víctima de los prejuicios de la muchedumbre). Con todo, su reflexión antiquísima puede ser equiparada a Estados Unidos, dice Sullivan. Y de hecho los «Padres Fundadores» tenían en mente a Platón cuando crearon la Constitución americana. Quizás pensando en Grecia y Roma, Alexander Hamilton y James Madison escribieron que el mayor peligro para la democracia es el exceso de emoción, que puede

catapultar a «demagogos» con «talentos para la baja intriga» y diestros «en las pequeñas artes de la popularidad». Por eso colocaron una serie de barreras elitistas al clamor popular, como el voto restringido. Un colegio electoral que filtrase la voluntad del pueblo. Una escrupulosa división de poderes. Un Senado que compensara a la Cámara de Representantes, con mandatos de seis años para hacerlo más resistente a la volubilidad de la opinión pública. Y la última fortaleza del sistema democrático: un consejo de nueve sabios, el Tribunal Supremo.

Con el tiempo, «a medida que se enraizaba la cultura de la democracia», parte de estos filtros fueron desmontados. El derecho a voto se amplió, el Colegio Electoral pasó a reflejar más fielmente la voluntad popular y los partidos comenzaron a celebrar elecciones primarias para elegir a sus candidatos. Fueron haciéndose más democráticos y horizontales, a depender menos de la élite y más del sentir del pueblo. Su apertura possibilitó la victoria de un líder casi desconocido como lo era Barack Obama o de un renegado como Donald Trump. Los dos son ejemplos democráticos. Candidatos independientes que subieron al poder pese a la oposición de las élites de sus respectivos partidos. Lo cual es fantástico, aclara Sullivan: los partidos se hicieron más libres, más abiertos y democráticos, más participativos y por ello menos vulnerables a la corrupción de sus jefes, «pero es precisamente por las grandes conquistas de nuestra democracia por lo que tenemos que ser vigilantes acerca de su específica, singular vulnerabilidad: su susceptibilidad, en tiempos de estrés, al encanto de un demagogo sinvergüenza».

La profundización de la libertad va más allá de la política; el sistema informativo también se ha abierto a la participación popular. Ha pasado de tener una serie de emisores definidos, políticos, académicos o periodistas, a tener centenares de millones: cada persona es hoy emisor y receptor potencial y su mensaje puede reproducirse infinitamente en internet. Cualquiera puede hacerse un periódico a medida en Twitter o en Facebook, exponer su opinión, compartir la de otros y crear fácilmente un efecto dominó. La información circula más rápido que nunca, sea verdadera o falsa, igual que las emociones. Para competir y seguir siendo rentables, los medios tradicionales imitan esta corriente: dan al consumidor

aquello que este quiere y se ponen al servicio del clic y de los más rápidos deseos. «Y lo que alimenta esto es precisamente lo que los Fundadores temían de la cultura democrática: sentimiento, emoción, y narcisismo, más que razón, empirismo y espíritu público», escribe Sullivan. Los argumentos racionales se ahogan en el ruido, verdad y mentira se mezclan, la élite ha dejado de arbitrar.

Es entonces cuando empieza a generarse una reacción. Una parte de la sociedad percibe esta «hiperdemocracia» como un debilitamiento general de las costumbres. Ya no se ven como parte de un ente fuerte y resistente, sino que mira a su alrededor y percibe una colección de seres sensibles que lo intelectualizan todo y que sufren cualquier chinita en su zapato como una brutal agresión. Este segmento social frustrado, que se empieza a rebelar, adopta un comportamiento autoritario y acaba poniendo su confianza en un redentor. Alguien capaz de revertir el declive, de afilar, de nuevo, las aristas, e instilar un poco de fuego a las almas con una dosis de autocracia. No solo reemplazaría a la odiada élite, sino que liberaría al ciudadano de muchas de sus decisiones. Le quitaría derechos, pero también responsabilidades, al aceptar en sus hombros el peso del Estado.

«El exceso en el obrar suele revertir en un cambio en sentido opuesto, tanto en las estaciones como en las plantas y en los cuerpos y, no en último término, en las organizaciones políticas», continúa Sócrates, según Platón. «Por tanto, la libertad en exceso parece que no deriva en otra cosa que en la esclavitud en exceso para el individuo y para el Estado».

Este es el germen de la teoría dialéctica, que explica la sociedad como un todo vivo que se autorregula cambiando fuerzas contrapuestas. La izquierda amplía derechos, cuida, beca, consuela, reparte; cuando la sociedad se acostumbra y se adormece, resguardada por el Estado, mecida por un discurso mullido y comprensivo, vuelve la derecha a dar un toque de corneta, a recortar derechos y a poner a todo el mundo firme, aunque algunos se queden por el camino. Años después, la sociedad, dinamizada pero estresada, vota de nuevo por el manto sanador de la izquierda, y así sucesivamente, como un péndulo, como un mecanismo de regulación. Por eso en cada país del mundo se da una alternancia

entre izquierda y derecha, incluso dentro de las dictaduras, entre los aperturistas y el búnker, entre el cariño de la madre, por recurrir a un arquetipo, y la severidad del padre. Por eso el «exceso» de democracia, según Platón, desemboca en tiranía.

El dictador toma el poder gracias a una «masa obediente» y es como un «zángano» insaciable de miel, un hombre sin control que arroja de sí mismo cualquier medida «hasta quedar purificado de la moderación» y querer gobernar no solo a los hombres, «sino también a los dioses».

5

«Masa obediente» es un término injusto. Igual que las cifras, tapa como un velo millones de historias y matices personales, y sugiere precisamente eso: una «masa» que habla con una voz y piensa y vota igual y es un único individuo imaginario. La «masa», en realidad, está llena de excepciones y se derrama hacia otros segmentos sociales, pero tiene densidad suficiente para encajar en la teoría de los griegos. ¿Quiénes forman, por tanto, esta «masa obediente»?

Distintos sondeos apuntan a un grupo de población muy concreto: los blancos sin educación universitaria. Ellos y ellas son los más afectados por la reconversión económica descrita, por el desequilibrio entre los polos urbanos y las regiones del interior. No es que el obrero blanco viva peor que el afroamericano medio, por ejemplo, o que haya descendido a la pobreza, pero su estatus ha menguado más que el de ningún otro colectivo. No solo ha perdido peso poblacional frente a las minorías; hoy en día es el único grupo demográfico de Estados Unidos en el que aumenta la tasa de mortalidad. Las muertes de los blancos sin estudios entre 45 y 54 años han crecido un 22% desde 1999 debido a la mayor incidencia del suicidio, el alcoholismo y el abuso de heroína y medicamentos opiáceos [Colata 2015]. Una crisis general, multifacética, que mina lenta pero sostenidamente su prosperidad, su número y su esperanza de vida.

De forma paralela, sus posturas respecto a la inmigración o al sistema democrático se han endurecido claramente en los últimos años. El World Values Survey, que mide las opiniones políticas de varios países desde 2005, aprecia un incremento sostenido del autoritarismo entre los norteamericanos sin educación universitaria. El mayor repunte se dio en 2011; el 44% de los encuestados sin título universitario veía «bien» o «muy bien» la posibilidad de tener «un líder fuerte que no tenga que preocuparse por el Congreso y las elecciones». Una postura inimaginable en años anteriores y muy semejante al clima de opinión medido, por ejemplo, en Rusia [Norris 2016]. Su parecer sobre el aborto o la inmigración también se aproxima cada vez más a posturas restrictivas.

Este lento cambio de opinión, como el humo de un fuego recién prendido, ha llamado la atención de la academia. El investigador Matt MacWilliams, de la Universidad de Massachusetts, Amherst, daba los últimos retoques a su tesis doctoral en el verano de 2015 cuando cierto magnate anunció su intención de ser presidente. A MacWilliams le sorprendió. De repente, el sombrío tema académico que llevaba años estudiando, el autoritarismo en Estados Unidos, brotó a la superficie en la campaña del empresario. «Cuando terminaba mi tesis, veía despegar la campaña de Donald Trump y me di cuenta de que su retórica, su mensaje y sus formas estaban enfocados a atraer a los votantes autoritarios que yo había estado estudiando. Realmente me sorprendió», reconoce.

MacWilliams procedió a sondear las tendencias autoritarias de 1800 votantes americanos con una encuesta clásica, que consiste en plantear cuatro dilemas: no de política o de ideología, sino sobre qué valores hay que inculcar a los hijos. Cada par de opciones representaba una dicotomía entre libertad y orden: independencia o respeto a los mayores; curiosidad o buenos modales; autosuficiencia u obediencia; ser considerado o portarse bien. Según el método, las personas que eligen la segunda parte de los dilemas, la opción de orden, poseen un carácter autoritario. Resultó que los seguidores de Donald Trump, más que el salario, la geografía, la raza o la edad, tenían en común una sed de orden mayor de lo normal, es decir: una tendencia autoritaria.

«Hay un despertar autoritario en Estados Unidos y Europa», dice

MacWilliams. «El autoritarismo está considerado como una disposición; es parcialmente heredado y parcialmente enseñado. Es la raíz del populismo, el nacionalismo, el fanatismo y todo eso». Los rasgos que definen a la persona autoritaria, continúa, implican «ser agresivo contra el “otro”, estar dispuesto a obedecer y tener aversión a la diferencia; les gusta la uniformidad y la conformidad». El investigador añade que esta disposición de carácter es políticamente neutral. «El autoritarismo no reconoce a la izquierda o a la derecha. Puedes tener regímenes de izquierdas autoritarios, el ejemplo perfecto es Hugo Chávez en Venezuela. Y no es necesariamente antiestablishment. Los autoritarios en general apoyarían a la clase dirigente, porque protege las normas. Pero si sienten que esa clase se aleja de esas normas, los autoritarios la atacarán», y pone como ejemplo la campaña del brexit en el Reino Unido, antiélite y antiinmigración. En el caso de Estados Unidos, afirma, la corriente autoritaria se ha concentrado a la derecha.

La «masa obediente» va tomando forma: el votante medio de Donald Trump que indican los sondeos, un obrero blanco del interior sin diploma de universidad, es también el más autoritario. Los académicos Yasha Mounk, de la Universidad de Harvard, y Roberto Stefan Foa, de la Universidad de Melbourne, también han probado un desapego creciente y global hacia el sistema democrático. El modelo que diseñaron para medir la salud democrática de un país indica que Estados Unidos, en 2016, respira el mismo clima político que reinaba en Venezuela en 1998, cuando Hugo Chávez ganó las elecciones. Es decir, un retroceso de la confianza en las instituciones, un aumento de las opiniones autoritarias y la irrupción de líderes populistas.

Esta es la carga de profundidad que llevan las urnas, poco antes de que abran el 8 de noviembre.

«ESTAMOS EN LA FIESTA EQUIVOCADA»

1

Es un día hermoso, frío pero bien soleado, muy nítido. Un día en alta resolución. Muy pronto, esta pesadilla habrá terminado. Los colegios electorales de Manhattan están a rebosar; hay colas dando la vuelta al edificio, ancianas encorvadas sobre un bastón, familias enteras participando. Los votantes salen como héroes bañados por el mediodía. Ya han dado su opinión y ahora solo queda esperar.

Unas horas más y todo habrá acabado.

Hillary Clinton será presidenta, como dicen 17 de 21 encuestas nacionales [Election 2016]. La estadística del New York Times, una belleza de gráficos y mapas sobre fondo blanco, da a Clinton un 90% de posibilidades de victoria. Incluso hay quien dice que podría ganar un estado tan recalcitrante como Arizona. La posibilidad es real. Hasta Michelle Obama hizo campaña allí, porque los demócratas no solo quieren ganar, quieren aplastar a Donald Trump. Y llevarse Arizona de propina.

La «maquinaria Clinton», como dicen sus enemigos, es real; nunca antes la élite se había volcado tanto en un candidato. Los cien periódicos de mayor tirada de Estados Unidos apoyan a Hillary Clinton; un hecho inédito. No es noticia que The New York Times haya publicado varios editoriales a favor de ella. O que The Washington Post diga que Donald Trump es «una amenaza para la democracia». Sí lo es que The Arizona Republic, que solo ha respaldado a candidatos republicanos desde su fundación en 1890, apoye a Clinton. O The Cincinnati Enquirer, Tulsa World, Dallas News. Todos ellos conservadores sin fisuras.

Y los mecenas, y la industria.

La demócrata ha recibido veinte veces más dinero de grandes

fortunas que Donald Trump. Los fondos de inversión, por ejemplo, han donado 48 millones de dólares a la campaña de Clinton. A la de Trump, 19 000 dólares. A Clinton la apoyan Wall Street y Silicon Valley, Hollywood, las telecomunicaciones, los jubilados, el mundo no lucrativo y parte de sectores tradicionalmente republicanos como la defensa o el petróleo. Su centrismo atrae a los expertos en política exterior que llevan décadas en gobiernos conservadores, y su base demócrata suma a las minorías, los jóvenes y el creciente ejército de siglas lgbtqia.

Los datos dicen que vencerá. Pero ¿y el estómago? ¿Qué dicen los pelos de la nuca? Si Trump es el Mesías en labios de sus partidarios, resulta difícil ver ese entusiasmo entre los votantes demócratas.

2

La frase que más oye Hillary Clinton, según su testimonio, es esta: «No la pifies». Una frase que resume la ansiedad de quienes ven a Trump como un meteorito acercándose a la Tierra. Con este saco de piedras en los hombros, la «candidata inevitable» va de mitin en mitin desplegando sonrisas idénticas entre sí; un código más en su densa programación política. Medio siglo de oficialismo, desde que fue elegida presidenta republicana de su colegio, hace de ella una institución, una agencia de gobierno andante.

Sus vidas pública y privada se fundieron al casarse con Bill Clinton en 1975. Ella, que le había rechazado en dos ocasiones, traza una línea roja: se casa, pero mantiene su apellido original, Rodham. La hija de tendero de Illinois es una abogada brillante; ha defendido a las minorías del Sur, ha participado como asesora en el caso Watergate, y no está dispuesta a que su marido la anule. Cuando Bill Clinton es elegido gobernador de Arkansas, Hillary no se queda en casa «horneando galletas»; trabaja en un bufete y gana más dinero que él. Pero la política pesa y cuando Bill quiere recuperar el puesto en 1980 le pide a Hillary que adopte su apellido, para calmar al tradicional votante local. Ella acepta; cruza su línea roja para que Bill recupere el poder.

La pareja llega a la Casa Blanca en 1993. Hillary es la primera consorte en montar su propia oficina y se dedica a impulsar una fracasada reforma sanitaria, el «Hillarycare». Los Clinton gestionan una balsa de paz. Los nazis fueron vencidos, también los comunistas, y antes de que el yihadismo entre en escena parece que la humanidad camina hacia un oasis perpetuo de capitalismo y democracia. De puertas adentro: el rencor. La oposición y la prensa indagan en el pasado de los Clinton; sacan a la luz viejas inversiones, líos de faldas, y el matrimonio es arrastrado por el fango. La pareja presidencial se atrinchera, endurece su piel de tiburón, y una pared de cristal se eleva para siempre entre ellos y la prensa.

En 2001 Bill deja el escenario a su mujer, que se lanza a por un escaño en el Senado. «Cuando dejé la Casa Blanca y Hillary entró en el Senado por Nueva York, le dije: “Durante veintiséis años has hecho muchos sacrificios por mi vida pública. Así que te voy a dar los próximos veintiséis años”», reconocería el expresidente. Su mandato como senadora dejó varias luces y una gran sombra, el apoyo a la invasión de Iraq. Desde este puesto lanzó su campaña presidencial en 2008. Perdió, y aceptó seguir ampliando su currículum como jefa diplomática del presidente Barack Obama.

Con Hillary se da una paradoja: solo es popular cuando desempeña un cargo oficial. Como senadora o como secretaria de Estado su aprobación llegó a superar el 65%, una cifra más alta que la de Obama o la del vicepresidente, Joe Biden. La secretaria Clinton batió récords; visitó 112 países, pasó 400 días en el extranjero, hizo casi un millón de millas de avión y se forjó una reputación de líder concienzuda entre burócratas y militares. Siempre llegaba a las reuniones preparada en detalle, con todos los comunicados en mente, dominando cada informe, cada nombre, cada acrónimo. Se reunía con los comandantes y cuando no sabía algo lo preguntaba. En 2013 se retiró para centrarse en la que sería su apuesta definitiva.

Una sucesión de gente multicolor copa su anuncio de campaña; madres latinas cambiando la ropa a sus bebés, señoras cultivando «tomates legendarios», camareros mexicanos, embarazadas, gais a punto de casarse, una licenciada asiática buscando empleo. Y luego

ella, una madre que lo abarcará todo en sus cálidos brazos. «Salgo a la carretera para ganarme tu voto», dice con un jardín y una valla blanca de fondo.

Hillary Clinton quiere reproducir la «gran coalición» que elevó a Obama. Lo tiene todo a su favor. Tanto, que más que una elección parece una coronación, un trámite, como si el país le debiera la presidencia. Su campaña es un río ancho que fluye pausadamente, hasta que le sale un bache por la izquierda. El senador Bernie Sanders, pese a sus 74 años bien visibles, atrae el vigor de la juventud. En sus mítines huele a marihuana; siempre están hasta arriba y llenos de carteles fieros, melenas y gente de todas las edades rabiando contra el sistema. El acorazado Clinton espera despejar su camino en marzo, pero tiene que pelear hasta junio.

La candidata acepta la nominación vestida de blanco en Filadelfia. Si es difícil reconocer a los participantes de la Convención Republicana, la Demócrata es una galaxia de caras conocidas, cantantes, actores, expresidentes. Como si hubieran sido convocados para aportar el calor que le falta a Hillary Clinton. Ella misma lo reconoce: no es una política natural como Bill o Barack. Sus bromas están escritas por otros y deja caer eslóganes que no resuenan. Es propensa a enumerar, durante los mítines, una larga lista de políticas muy generales, muy aguadas, que no inspiran titulares ni crean un diálogo con la audiencia. Cuando emerge Donald Trump, su campaña se centra en atacarle. Vótenme a mí, no porque sea buena, sino porque no soy Trump, parece decir. Hasta su página oficial se fundamenta en el rechazo al adversario. Si la Hillary gobernante es popular, la Hillary candidata suele rondar el 34% de apoyo. El peor nivel jamás registrado por un aspirante. Con excepción de su rival en estas elecciones.

Los comentaristas pronostican que ahora veremos a un Trump «más presidencial», dispuesto a cortejar el voto indeciso. Pero se vuelven a equivocar. El magnate sigue dando mamporros; incluso ataca a la familia de un héroe de guerra musulmán caído en Iraq. La impresión de gran zepelín ardiendo es tal que se rumorea que Trump, no quiere ser presidente. Habría lanzado la campaña para darse publicidad y preparar un nuevo programa de televisión, y se le habría ido de las manos. «El monstruo se levantó de la mesa de

laboratorio y empezó a andar», opina su biógrafo Mark Singer, convencido de que a Trump, en realidad, no le interesa la presidencia. ¿Por qué, si no, esta aparente inmolación? ¿Por qué elegir a un radical de la derecha como Steve Bannon, jefe del portal conspirativo Breitbart News, para que dirija su campaña? ¿Por qué pedir a Rusia que piratee a Hillary Clinton, después de haber saboteado ya su campaña, o por qué sugerir la idea de matarla?

Su punto crítico llega un mes antes de los comicios. Una filtración le muestra presumiendo de agredir sexualmente a mujeres. «Cuando eres una estrella te dejan hacerlo; puedes hacer cualquier cosa, agarrarlas por el chocho, puedes hacer cualquier cosa», dijo a micrófono abierto, sin darse cuenta, en 2005. Horas después llegan acusaciones de agresión de diferentes mujeres y decenas de miembros del Partido Republicano lo abandonan. Los demócratas lo dan por vencido.

Al chamán le quedan pocos días para practicar un último exorcismo; recorre los estados clave en su avión privado, a veces da el mitin al pie de la escalerilla, en el propio aeropuerto. Sus seguidores corpulentos lo animan entusiasmados. El futuro de América está en juego y Donald Trump emite su retahíla de frases inconexas, llenas de huecos que el espectador completa en su imaginación. Referencias a iconos, preguntas que se responde uno mismo. El gran salesman ejecuta sus trucos y hace algo que nunca había hecho nadie: pide a sus seguidores que estén atentos a un «fraude electoral masivo» del que no hay ningún indicio. Al final del último debate, poco antes del día 8, el presentador le pregunta si aceptará una posible derrota. «Lo veré en su momento», responde Trump. «Os mantendré en suspense, ¿vale?».

En televisión a esto se le llama cliffhanger. Cuando el protagonista, por ejemplo, se queda colgando de un precipicio y deja al espectador mordiénose las uñas hasta el siguiente capítulo. Así es la lógica de Donald Trump. El entretenimiento. La lucha libre. Los

concursos de mises. La televisión que devora todos los días; el líquido amniótico de su espíritu, de su carne. Él da a la masa lo que esta pide, y es tan entretenido que logra meter a la democracia en el embudo de la telerrealidad. Ya veremos si acepta o no el resultado. ¿Y si pierde y no lo acepta? ¿Instigará una rebelión armada entre «los de la segunda enmienda»? El gobernador de Kentucky, Matt Bevin, ya dejó caer en octubre que le dolería ver a su país ahogado en sangre, pero que así es como «se riega el árbol de la libertad».

A izquierda y derecha se escucha decir que esta es la campaña más divisiva de la historia reciente. El país se ha roto en dos mitades que no se hablan. El número de votantes «independientes» ha tocado el máximo de 46%. En cada partido, la cifra de aquellos que se sienten «fuertemente demócratas» o «fuertemente republicanos» también es mayor que nunca. Estas dos mitades viven completamente alejadas la una de la otra. Lo que se supone que tendría que unir las, las redes sociales, las separa aún más. Cada una se rodea de amigos y familiares que opinan igual y por algoritmos que le dan lo que quiere leer. Y los candidatos solo recrudescen su mensaje.

El acorazado Clinton se mete en una tormenta. El fbi da por casualidad con otra remesa de correos electrónicos de la candidata y reabre la investigación sobre el uso que hizo de su servidor privado para asuntos oficiales. Los medios de comunicación, cansados de informar de los escándalos de Trump, se centran en Clinton; las campañas recortan distancias y en ambos bandos se saca toda la artillería. El más activo en las filas demócratas, tras Hillary Clinton, es el presidente de Estados Unidos. Nunca antes un presidente había estado tan volcado en una campaña ajena. Barack Obama arenga a sus seguidores por última vez; tiene el cabello nevado, un halo de prócer, y pide a la América diversa que por favor se movilice en apoyo de Hillary. «¿Queréis hacerme un buen regalo de despedida? ¡Id a votar!», chilla en un discurso.

Las campañas son dos enormes placas tectónicas que se rozan y producen pequeños terremotos; llevan así un año y medio, tensando la opinión pública, bombardeando con primicias y giros inesperados, y el día de las elecciones se espera igual que una liberación.

El 8 de noviembre es como el Día del Juicio, al menos para un corresponsal. El ciclo político llega a su fin y la redacción espera un buen resumen de lo que ocurra, de lo que signifique el resultado para ee. uu. y para el mundo. Así que el periodista se prepara con tiempo. Primero consigue los ingredientes: las fuentes, las citas; luego sale a buscar los condimentos, la atmósfera de la calle y la opinión, y en la fiesta de Clinton, que es la probable ganadora, empieza a cocinar estos elementos. No están mal. Hay un reverendo negro que ayuda a los ancianos a votar en Harlem. De pajarita, gafas de sol y sonrisa obamiana, lleva de colegio en colegio desde las cinco de la mañana y su entusiasmo es feroz. Luego están los responsables de los colegios, y una señora que ha votado a Trump y que lleva su chapa en este bastión demócrata. Al final, camino del Javits Center, con el sol bajando sobre el Hudson, la guinda del artículo. Una joven latina de dieciocho años que ha venido a votar en familia. Sus padres, mexicanos, cruzaron la frontera en los noventa, pero ella nació aquí. Hoy estudia en la Universidad de Columbia. Se llama América.

La sala de prensa del Javits Center es tan grande que no se ven las paredes del fondo. Hay mesas y mesas, y miles de cables, y una pantalla gigante emite la propaganda demócrata alternada con los informativos de la cnn. La campaña de Clinton ha elegido el Javits Center por varias razones: porque es el centro de convenciones más grande de la ciudad, porque el terreno donde está construido había sido disputado en otra época, sin éxito, por Donald Trump, y porque tiene un techo de cristal. Un guiño al «techo de cristal» metafórico que separa a las mujeres de la presidencia, y que la candidata romperá esta noche.

De los cincuenta estados que forman Estados Unidos, hay que estar atentos a cuatro: Florida, Pensilvania, Ohio y Carolina del Norte. La razón es que el voto de los ciudadanos, el «voto popular», se cuenta de forma ponderada en cada estado. Es decir, el candidato que gane la mayoría del voto popular de un estado, aunque sea una mayoría simple, se lleva todos los «votos electorales» de ese estado (salvo en Nebraska y en Maine). Y son los votos electorales los que cuentan.

La mayoría de estados suele votar siempre lo mismo. Texas, por ejemplo, vota republicano, y Nueva York demócrata. Por eso los candidatos no hacen campaña allí, porque ya dan por hecho el resultado. Pero hay estados donde la carrera es muy justa y un pelo de diferencia puede cambiar el curso de la historia. Son los «estados clave». Florida, por ejemplo. El que gane Florida, aunque sea por el voto de un ciudadano, se lleva sus veintinueve votos electorales. Y solo hacen falta 270 para ser presidente.

Son las siete de la tarde y el recuento empieza según lo previsto. Kentucky se tiñe de rojo, Vermont de azul. Una serie de pequeños estados siguen la inercia. Todo normal. La cnn, mientras, tiene un ojo puesto en los cuatro estados clave. Los votos de Florida y Ohio avanzan casi a la par junto a la imagen de los candidatos. La sala de prensa está separada del espacio principal donde los políticos demócratas y las estrellas invitadas desfilan por el escenario, frente a miles de seguidores con la cara pintada. Sentados a lo largo de una de las mesas, varios periodistas siguen la evolución del recuento en televisión y en Twitter.

A las diez y media de la noche, primer navajazo. Donald Trump se lleva Ohio. Dieciocho votos electorales y una dosis de superstición: este estado acierta el ganador de las presidenciales desde 1964. Apenas veinte minutos después, poco antes de las once de la noche, Trump se hace con Florida. Los sondeos han fallado en estos estados y la aguja del New York Times, que lleva meses dando a Clinton una posibilidad de victoria superior al 80%, se mueve al centro. La incredulidad brota en la sala de prensa y los reporteros buscan el consejo de los compañeros más sabios; aquellos que han cubierto varias elecciones. Uno de ellos, que se pasa de vez en cuando como una bala, dice «Verás», y compara la situación con la de otros comicios, otro año electoral en que el recuento se aceleró, también, entrada la noche. Esto parece una remontada, concluye.

«Estamos en la fiesta equivocada».

Unos bloques más arriba, en un salón del Hilton Midtown de Manhattan, mucho más selecta y reducida, está la fiesta republicana. Cerca de allí crece la euforia y aparecen miles de gorras de color rojo. El edificio de las expectativas demócratas, construido titular a titular, encuesta a encuesta, durante meses, cae

bajo el peso demoledor de la sorpresa. Sus pilares crujen y se vienen abajo en una nube de polvo. Es el brexit 2.0. La crónica, de repente, ha cambiado. Ya no habrá Hillary, ni reverendo, ni la joven llamada América.

Once y cuarto. Carolina del Norte.

Los votos de Trump parecen guiados por una fuerza invisible. Avanzan como un ejército de hoplitas griegos, escueto pero valiente y determinado, frente a la masa adormecida de los persas. Las falanges rompen a Clinton. El color rojo se come al azul por un milímetro en los estados clave y la aguja del Times se escora de golpe hacia Donald Trump. Es la caballería de los indecisos, que viene en socorro del magnate.

Pensilvania cae pasadas la una y media. El lugar donde los Clinton, los Obama, Bruce Springsteen y Jon Bon Jovi soltaron la última traca el día anterior. El llamado «muro de fuego» que resistiría cualquier sorpresa. No lo hace, y es el final. Wisconsin y Michigan se unen de propina.

En el momento de shock, la televisión sigue mostrando los anuncios de Hillary Clinton. Señoras leyendo un cuento a sus nietas. Jóvenes multicolor riendo a cámara lenta en un césped resplandeciente. El escenario con la forma de Estados Unidos, bajo el techo de cristal, se queda vacío. La aspirante vencida no hablará. Su mensaje inclusivo se desvanece como un círculo de vapor, destruido por la navaja del trumpismo. En realidad, la mayoría de encuestas ha acertado: Clinton ha ganado muchos más votos, pero en los estados equivocados. Según los sondeos a pie de urna, el obrero blanco ha votado como una minoría, en bloque. Y ha marcado la diferencia. Obama perdió su voto por veinticinco puntos en 2012. Hillary lo ha perdido por cuarenta puntos.

League. El dinero, la era digital. Las gafas que reflejan poderes mentales, la comida orgánica, el smart living, Silicon Valley. Los guiones de Aaron Sorkin, los expatriados. El Times y el Post y NatGeo. Los dreamers. Obama, Yes We Can. Los comentaristas, los think tanks y más expertos. Chelsea, Bill, I'm With Her. El Obamacare. Cuba y los refugiados. Springsteen, Lady Gaga, John Oliver, el Iran Deal. Los espacios seguros, la ecología y la ayuda al desarrollo.

Los seguidores de Clinton se desmadejan en la noche neoyorquina, embebidos, quizás, por una sucesión de pensamientos e imágenes deslavazadas. Las diapositivas de un mundo temblequeante, quebrado por una campaña de instintos. Con un micro, un avión y una cuenta de Twitter.

Donald Trump, grueso como un buey naranja, resaltado bajo los focos del Hilton, con su enorme clan detrás, camina lentamente hacia el escenario. Eleva su brazo derecho en ángulo recto. Ha ganado la presidencia de Estados Unidos.

REFERENCIAS

«A guide to statistics on historical trends in income inequality» (2016), Center on Budget and Policy Priorities.

<http://www.cbpp.org/research/poverty-and-inequality/a-guide-to-statistics-on-historical-trends-in-income-inequality>

«Americans less likely to see us as n. 1 militarily» (2016), Gallup.

<http://www.gallup.com/poll/189191/americans-less-likely-no-militarily.aspx>

AVELLA, Joe y MAXWELL, Tani (2015), «Donald Trump's strange morning habit tells you everything you need to know about him», Business Insider.

<http://www.businessinsider.com/donald-trump-morning-ritual-ego-boost-2015-11>

BARRO, Argemino (2016), «Las milicias extremistas que quieren derrocar al Gobierno de ee. uu.», El Confidencial.

http://www.elconfidencial.com/mundo/2016-01-16/las-milicias-extremistas-que-quieren-derrocar-al-gobierno-de-eeuu_1136465/

— (2016), «Hay un despertar autoritario en ee. uu. y Europa», El Confidencial.

http://www.elconfidencial.com/mundo/2016-07-15/despertar-autoritario-estados-unidos-europa_1233107/

— (2016), «La rentable guerra entre Donald Trump y la prensa estadounidense», El Confidencial.

http://www.elconfidencial.com/mundo/2016-12-29/rentable-guerra-donald-trump-prensa_1308381/

BOMEY, Nathan (2016), «Coal's demise threatens appalachian

miners, firms as production moves West», USA Today.

<http://www.usatoday.com/story/money/2016/04/19/coal-industry-energy-fallout/82972958/>

BYRNE, Brian Patrick y KELLY, Kaitlyn (2015), «The trolling and polling of Donald J. Trump», Vocativ.

<http://www.vocativ.com/258848/the-trolling-and-polling-of-donald-trump/>

CASH, W. J. (1991), The mind of the South, Nueva York, Vintage.

«CEO-To-Worker Pay Ratio Ballooned 1,000 Percent Since 1950: Report» (2013), The Huffington Post.

http://www.huffingtonpost.com/2013/04/30/ceo-to-worker-pay-ratio_n_3184623.html

«Cleveland Population, 2017», World Population Review.

<http://worldpopulationreview.com/us-cities/cleveland-population>

«Congress and the Public» (2017), Gallup.

<http://www.gallup.com/poll/1600/congress-public.aspx>

CONLIN, Michelle y SMITH, Grant (2016), «Campaigning in style: how Jeb Bush blew through his war chest», Reuters.

<http://www.reuters.com/article/us-usa-election-bush-insight-idUSKCN0V6194>

COLATA, Gina (2015), «Death rates rising for middle-aged white americans, study finds», The New York Times.

https://www.nytimes.com/2015/11/03/health/death-rates-rising-for-middle-aged-white-americans-study-finds.html?_r=0

«Election 2016 Presidential Polls» (2016), Real Clear Politics.

http://www.realclearpolitics.com/epolls/latest_polls/president/

JUDIS, John (2016), The populist explosion: how the Great Recession transformed american and european politics, Nueva York, Columbia Global Report.

LANGDON, David y LEHRMAN, Rebecca (2012), «The Benefits of Manufacturing Jobs», US Department of Commerce.

<http://www.esa.doc.gov/sites/default/files/1thebenefitsofmanufacturingjobsfinal5912.pdf>

LEE, Jasmine C. y QUEALY, Kevin (2017), «The 305 people, places and things Donald Trump has insulted on Twitter: a complete list», The New York Times.

http://www.nytimes.com/interactive/2016/01/28/upshot/donald-trump-twitter-insults.html?_r=0#jeb-bush

LOPEZ, German (2016), «Americans don't know crime has plummeted. In fact, they think it's gone up», Vox.com.

<http://www.vox.com/policy-and-politics/2016/10/10/13226264/us-crime-rate-poll>

MacFARQUHAR, Larissa (2016), «In the heart of Trump country», The New Yorker.

<http://www.newyorker.com/magazine/2016/10/10/in-the-heart-of-trump-country>

MILBANK, Dana (2015), «Trump will lose, or I will eat this column», The Washington Post.

https://www.washingtonpost.com/opinions/trump-will-lose-or-i-will-eat-this-column/2015/10/02/1fd5c94a-6906-11e5-9ef3-fde182507eac_story.html?tid=a_inl

MINITER, Frank (2016), «The gun industry says it has grown 158% since Obama took office», Forbes.

<https://www.forbes.com/sites/frankminiter/2016/04/12/the-gun-industry-says-it-has-grown-158-since-obama-took-office/#2c5aa5f77f4e>

New Census Bureau Report Analyzes U.S. Population Projections (2015), United States Census Bureau.

<https://www.census.gov/newsroom/press-releases/2015/cb15-tps16.html>

NORRIS, Pippa (2016), «It's not just Trump. Authoritarian populism is rising across the West. Here's why», The Washington Post.

https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/03/11/its-not-just-trump-authoritarian-populism-is-rising-across-the-west-heres-why/?utm_term=.33929e7a7214

«Public Policy in West Virginia», Ballotpedia.

https://ballotpedia.org/Affirmative_action_in_West_Virginia#University_admissions

SAAD, Lydia (2016), «Obama rated best in Hawaii in 2015, worst in West Virginia», Gallup.

<http://www.gallup.com/poll/189002/obama-rated-best-hawaii-2015-worst-west-virginia.aspx>

SAEZ, Emmanuel (2016), «US top one percent of income earners hit new high in 2015 amid strong economic growth», Washington Center for Equitable Growth.

<http://equitablegrowth.org/research-analysis/u-s-top-one-percent-of-income-earners-hit-new-high-in-2015-amid-strong-economic-growth/>

SENATORI, Paul (2016), «Sharing the media rating spotlight with Trump and Clinton», mediaQuant.

<http://www.mediaquant.net/2016/06/sharing-the-media-rating-spotlight-with-trump-and-clinton/>

SIGNER, Michael (2009), *Demagogue: The fight to save democracy from its worst enemies*, Nueva York, Palgrave MacMillan.

SINGER, Mark (2016), *Trump & Me*, Nueva York, Tim Duggan

Books.

SULLIVAN, Andrew (2016), «Democracies end when they are too democratic», The New York Magazine.

<http://nymag.com/daily/intelligencer/2016/04/america-tyranny-donald-trump.html>

Summary of major findings (2016), United States Geological Survey.

<http://pubs.usgs.gov/circ/circ1204/summary.htm>

TANKERSLEY, Jim (2016), «A very bad sign for all but America's biggest cities», The Washington Post.

https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2016/05/22/a-very-bad-sign-for-all-but-americas-biggest-cities/?utm_term=.a424c25ad22b

VELENCIA, Janie y FUNG, Hilary (2016), «Jeb Bush spent \$2,800 per vote in Iowa», The Huffington Post.

http://www.huffingtonpost.com/entry/jeb-bush-spent-2800-iowa_us_56b03adee4b0b8d7c2306ec2

VISER, Matt (2015), «For presidential hopefuls, simpler language resonates», The Boston Globe.

<https://www.bostonglobe.com/news/politics/2015/10/20/donald-trump-and-ben-carson-speak-grade-school-level-that-today-voters-can-quickly-grasp/LUCBY6uwQAxiLvXbVTSUN/story.html>

«West Virginia Crime Rates 1960 - 2015» (2016), Disaster Center.

<http://www.disastercenter.com/crime/wvcrime.htm>

«What history teaches us about demagogues like the Donald» (2016), Time.

<http://time.com/4375262/history-demagogues-donald-trump/>

WOODARD, Colin (2011), American nations: a history of eleven

rival regional cultures of North America, Nueva York, Viking.

WORSTALL, Tim (2016), «No matter what Trump says, coal mining jobs are not returning to West Virginia», Forbes.

<http://www.forbes.com/sites/timworstall/2016/05/05/like-manufacturing-jobs-to-china-whatever-trump-says-mining-jobs-are-not-returning-to-w-virginia/#5532903a6f48>

